



BACHELORARBEIT

Herr
Johannes Asanger

**Die Proteste in Brasilien
vom Confed-Cup 2013
bis zur Fußball-WM 2014**

**Auswirkungen auf das Image
der Destination Rio de Janeiro
und das Reiseverhalten
ihrer deutschen Urlauber**

2014

BACHELORARBEIT

Die Proteste in Brasilien vom Confed-Cup 2013 bis zur Fußball-WM 2014

**Auswirkungen auf das Image
der Destination Rio de Janeiro
und das Reiseverhalten
ihrer deutschen Urlauber**

Autor:
Herr Johannes Asanger

Studiengang:
Business Management

Seminargruppe:
BM11wT1-B

Erstprüfer:
Herr Professor Herbert E. Graus

Zweitprüfer:
Frau Dipl.-Betriebsw. Elke Schönborn

BACHELOR THESIS

The protests in Brazil from the Confed Cup 2013 to the World Cup 2014

**Influences on the destination
image of Rio de Janeiro
and the travel behavior of its
German leisure tourists**

author:

Mr. Johannes Asanger

course of studies:

Business Management

seminar group:

BM11wT1-B

first examiner:

Mr. Professor Herbert E. Graus

second examiner:

Mrs. Dipl.-Betriebsw. Elke Schönborn

Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname: Asanger, Johannes

Thema der Bachelorarbeit: Die Proteste in Brasilien vom Confed-Cup 2013 bis zur Fußball-WM 2014 – Auswirkungen auf das Image der Destination Rio de Janeiro und das Reiseverhalten ihrer deutschen Urlauber

Topic of thesis: The protests in Brazil from the Confed Cup 2013 to the World Cup 2014 – Influences on the destination image of Rio de Janeiro and the travel behavior of its German leisure tourists

75 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,

Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2014

Abstract

Brasilien erlebte im Rahmen des Confed-Cups im Juni 2013 die größte Protestwelle, die das Land bis dato gesehen hatte. Da die Bewegung auch ein Jahr später immer noch andauert und das Land zudem gerade ein starkes mediales Interesse durch die Fußball-WM 2014 erfährt, ist davon auszugehen, dass auch deutsche Brasilienreisende von den Massendemonstrationen gehört haben und beeinflusst worden sind. Die vorliegende Arbeit widmet sich der Frage, ob sich durch die Proteste ein Rückgang des Reiseinteresses deutscher Urlauber feststellen lässt. Dabei muss vor allem auf die Bedeutung des Images als Kernaspekt der Reiseentscheidung eingegangen werden. Eine eigene Erhebung stellt dabei den Gesamtzusammenhang her zwischen den in der Theorie zu erwartenden Effekten und den in der Praxis nachweisbaren Zahlen. Diese Erkenntnisse werden abschließend auf die Sicherheitslage vor Ort angewandt. So werden Handlungsempfehlungen für alle beteiligten Gruppen aufgezeigt, die im Vorfeld und während der im Juni 2014 startenden Weltmeisterschaft zu einer Stabilisierung der Lage beitragen können. Diese Arbeit konzentriert sich dabei exemplarisch auf die Destination Rio de Janeiro.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
1 Einleitung	1
2 Theoretische Grundlagen	2
2.1 Klärung der zentralen Begriffe	2
2.2 Das touristische Angebot in Rio de Janeiro	4
2.3 Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus	9
2.4 Das Image einer Destination und sein Wandel.....	14
2.5 Die Reiseentscheidung und ihre Beeinflussungsfaktoren	21
2.6 Das touristische Potential Rios für deutsche Urlauber	25
3 Die Proteste in Brasilien 2013/2014	31
3.1 Die Protestwelle zur Zeit des Confed-Cups 2013.....	31
3.1.1 Beschreibung der Demonstrationen	31
3.1.2 Analyse der übergeordneten Motive	34
3.1.3 Chronologie und Reaktionen	36
3.2 Ist-Aufnahme der Nachfolgebewegung bis zur WM 2014	41
3.2.1 Verstärkte Radikalisierung und Individualisierung.....	41
3.2.2 Auswirkungen auf das Image Rios und die deutschen Reisenden	47
3.2.3 Untersuchung der Nachfrage nach Brasilienreisen	50
3.2.4 Befragung zur Imageanalyse der Stadt Rio de Janeiro.....	54
4 Touristische Handlungsempfehlungen	59
4.1 Touristen	59
4.2 Reiseveranstalter	61
4.3 Touristische Leistungsträger.....	63
4.4 Marketingabteilungen des Destinationsmanagements, der Veranstalter und der Unternehmen.....	64
4.5 Sonstige, nicht-primär-touristische Gruppen	66
4.5.1 FIFA.....	66
4.5.2 Medien.....	68
4.5.3 Politik und Polizei	70
5 Schlussbetrachtungen	73

Literaturverzeichnis	XI
Anhang.....	XXXIV
Anlagen	XLVIII
Eigenständigkeitserklärung	LXXV

Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Ausgeschriebenes Wort
ABIH-RJ	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Rio de Janeiro
AFP	Agence France-Presse
APA	Austria Presse Agentur
BayernLB	Bayerische Landesbank
BDI	Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.
BIP	Bruttoinlandsprodukt
CEPERJ	Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro
Confed-Cup	Confederations-Cup
dpa	Deutsche Presse-Agentur
DW	Deutsche Welle
Embratur	Instituto Brasileiro de Turismo
epa	European Pressphoto Agency
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
Fecomércio-RJ	Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
FUR	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
FVW	Fremdenverkehrswirtschaft (Magazin)
GIGA-Institut	German Institute of Global and Area Studies
GTAI	Germany Trade & Invest
HWWI	Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IMIS	Institut für Migrationsforschung und Interkulturelle Studien (Universität Osnabrück)
MPL	Movimento Passe Livre
NINJA	Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development
PRODETUR-RJ	Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo Rio de Janeiro
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PT	Partido dos Trabalhadores
PV	Partido Verde
RIOTUR	Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro
UNWTO	World Tourism Organization
URL	Uniform Resource Locator
WKO	Wirtschaftskammer Österreich
WM	Weltmeisterschaft
WMO	World Meteorological Organization
WTTC	World Travel & Tourism Council

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Das Würfel-Modell des touristischen Angebots in Rio de Janeiro (Quelle: eigene Grafik)	5
Abbildung 2: The Economist-Titelseiten zur Wirtschaftslage Brasiliens: links 2009, rechts 2013 (Quelle: The Economist)	10
Abbildung 3: Der Imagebildungsprozess (nach Beerli und Martín).....	17
Abbildung 4: Der Reiseentscheidungsprozess (nach Mundt)	24
Abbildung 5: Die Urlaubsmotive der Deutschen im Januar 2013 (nach FUR).....	27
Abbildung 6: Impressionen einer Demonstration der Juni-Bewegung (Quelle: AFP) .	38
Abbildung 7: Frontalaufnahme von Mitgliedern des Black Blocs (Quelle: APA/EPA) .	43
Abbildung 8: Grundlegende Definitionen (nach UN/UNWTO)	XXXIV
Abbildung 9: Die Bestandteile der Tourismuswirtschaft (nach Freyer)	XXXIV
Abbildung 10: Ausblick über die Stadt Rio de Janeiro (Quelle: Embratur).....	XXXV
Abbildung 11: Die Maslowsche Bedürfnispyramide im Tourismus (nach Freyer).....	XXXVII
Abbildung 12: Aspekte bei der Reiszielwahl (nach Winkler)	XXXVII

1 Einleitung

Kaum ein anderes Land erfuhr im Laufe des letzten Jahres eine derart große mediale Aufmerksamkeit wie Brasilien. Das hängt zum einen damit zusammen, dass sich das Land in seiner jüngeren Geschichte als ein wichtiger Player im weltweiten Polit- und Wirtschaftsgeschehen etablieren konnte. Vor allem aber lässt sich der internationale Medienfokus mit einer ganzen Reihe von Großereignissen erklären, die das Land im Zuge seiner globalen Emanzipation entweder bereits ausgerichtet hat oder noch ausrichten wird. Zu nennen wären der Weltjugendtag 2013, der Konföderationen-Pokal 2013, die Fußball-Weltmeisterschaft 2014 oder die Olympischen Spiele in Rio 2016. Brasilien zeigt sich der Welt und erhofft sich dadurch wichtige Wirtschaftsimpulse und Imageeffekte.

Diese Hoffnungen sahen sich zuletzt jedoch immer stärker bedroht, weil sich die brasilianische Bevölkerung zunehmend gegen die sozialen Missstände des Landes und die Misswirtschaft ihrer Regierung formiert hatte. Diese Unzufriedenheit fand ihren Ausdruck in der bis dato größten Protestwelle Brasiliens. Die nun schon mehr als ein Jahr andauernde Bewegung steht im Mittelpunkt dieser Arbeit. Ihr Ziel soll sein, eine Antwort auf die Frage nach den Auswirkungen der Protestbewegung zu finden. Da es sich um ein weitgreifendes Thema handelt, soll sich die Arbeit auf die deutsche Zielgruppe und das Reiseziel Rio de Janeiro konzentrieren. Der Hauptteil gliedert sich dabei in drei Teile. Zunächst muss in Kapitel 2 geklärt werden, ob und warum deutsche Urlaubsreisende Interesse an einer Reise nach Rio de Janeiro haben könnten. Dabei muss das touristische Angebot der Stadt untersucht und mit den Aspekten abgeglichen werden, die für die Reiseentscheidung der Deutschen eine Rolle spielen. Das so gewonnene Wissen wird im Anschluss mit den Protesten in Beziehung gebracht. Eine umfassende Analyse der Protestbewegung in Kapitel 3 schafft das dafür notwendige Verständnis über die gesamtgesellschaftlichen und politischen Zusammenhänge. Wie lässt sich der Charakter der Demonstrationen beschreiben? Welche Dimensionen wurden erreicht? Ergeben sich daraus potentielle Risiken für Touristen? Als Ziel soll am Ende deutlich werden, welche Effekte die Proteste auf deutsche Rio-Urlauber gehabt haben könnten bzw. in der Tat nachzuweisen waren. Diese Erkenntnisse helfen im Anschluss bei der Suche nach den Handlungsempfehlungen in Kapitel 4. Unter einem touristischen Blickwinkel muss untersucht werden, was alle beteiligten Gruppen tun können, um zu einer Stabilisierung der Lage und zu einer Reduzierung des Risikos einer Reise nach Rio de Janeiro beitragen zu können.

Die Motivation für die Arbeit ergab sich im Rahmen des Praxismoduls des Verfassers, als er im August 2013 zur Vorbereitung auf ein Praktikum in der deutschen Auslandshandelskammer in São Paulo einen Portugiesischkurs an einer Sprachschule in Salvador da Bahia unternahm. Laut Aussagen des Direktors der Schule hätten nämlich ungewöhnlich viele Schüler ihre Kurse in Folge der Proteste storniert. Daraus leitete sich das ursprüngliche Erkenntnisinteresse des Verfassers ab, ob es sich dabei nur um einen Einzelfall handle oder um ein Phänomen, dass auch auf andere Destinationen Brasiliens bzw. seine touristischen Dienstleister zutreffe.

2 Theoretische Grundlagen

Im folgenden Kapitel soll zunächst die zur Beantwortung der Fragestellung notwendige theoretische Basis geschaffen werden. Dabei sind in einem ersten Schritt die zentralen touristischen Begriffe zu klären. Ziel ist es, ein Verständnis zu schaffen für den Begriff des touristischen Angebots und dieses Wissen in der Praxis auf Rio de Janeiro anzuwenden. Darauf aufbauend soll in einem zweiten Schritt die Rolle des Tourismus für die Wirtschaft in Brasilien und Rio untersucht werden. Als Grundlage dafür werden Wirtschaftsprofil und Wirtschaftslage der beiden Regionen betrachtet. Im Anschluss folgt eine umfassende Analyse zum Thema Image. Dabei muss einerseits geklärt werden, welche Faktoren ein Image bedingen und verändern, andererseits soll der Einfluss von Großereignissen, wie beispielsweise der Fußball-WM, auf die Bildung von Images erarbeitet werden. Welche weiteren Aspekte bei der Reiseentscheidung eine Rolle spielen, zeigt das darauffolgende Unterkapitel. Zuletzt werden die deutschen Urlaubsreisenden durchleuchtet. Anhand ihrer Bedürfnisse, Motive und Ängste soll herausgearbeitet werden, worauf es ihnen im Urlaub ankommt und für welche Reiseziele sie sich daher entscheiden. Mit dem Wissen über das touristische Angebot Rios lässt sich abschließend beantworten, ob und warum Rio ein potentiell interessantes Ziel für deutsche Urlauber ist. Die Klärung dieser Frage ist essentiell, weil diese Arbeit den Einfluss der Proteste auf die deutschen Riourlauber untersuchen möchte.

2.1 Klärung der zentralen Begriffe

Bevor genauer auf das Tourismusangebot der Stadt eingegangen werden kann, müssen die zentralen Begriffe definiert werden. Das ist notwendig, da sich, je nach Blickwinkel, Begrifflichkeiten im Tourismus stark unterscheiden können. *Mundt* fasst „unter dem **Oberbegriff Tourismus** alle Reisen, unabhängig von ihren Zielen und Zwecken, zusammen, die den zeitweisen Aufenthalt an einem anderen als den Wohnort einschließen und bei denen die Rückfahrt Bestandteil der Reise ist.“¹ Eine derart allgemein gehaltene Definition berge laut *Steinbach* allerdings die Gefahr, sich auf stark vereinfachte allgemeingültige Aussagen beschränken zu müssen.² Schließlich würden sich Reisen durch eine Vielzahl unterschiedlicher Formen, Motive und Verhaltensweisen auszeichnen. Daher empfiehlt er, einen engeren Tourismusbegriff zu verwenden. Diesem Vorschlag soll in dieser Arbeit gefolgt werden. Da sich das Thema auf den deutschen Rio-Urlauber konzentriert, soll der Bereich Geschäftsreisen nicht berücksichtigt werden. Als nächstes stellt sich die Frage, was man unter einem Touristen versteht. Die *World Tourism Organization (UNWTO)* definiert **Tourist** folgendermaßen: „A visitor [...] is classified as a tourist (or overnight visitor) if his/her trip includes an overnight stay, or as a same-day visitor (or excursionist) otherwise.“³ Der Tourist gehört also zunächst der Gruppe der Besucher an. Er unterscheidet sich vom Tagesbesucher/Ausflügler dadurch, dass er mindestens eine Nacht am Zielort verbringt. Als wichtigstes Unterscheidungsmerkmal ergibt sich somit die Länge des Auf-

¹ Mundt, Jörn W. (2013): *Tourismus*. 4., überarbeitete und ergänzte Auflage, München, S. 3, Hervorhebung im Original.

² Vgl. Steinbach, Josef (2003): *Tourismus*. Einführung in das räumlich-zeitliche System. München, S. 10.

³ United Nations/World Tourism Organization (UNWTO) (2010): *International Recommendations for Tourism Statistics* 2008. New York, S. 10.

enthalt.⁴ Der Grund der Reise (geschäftlich oder privat) ist für die Definition des Touristen zweitrangig. Die Festlegung auf einen engeren Tourismusbegriff bedingt aber, dass im Zuge dieser Arbeit die Begriffe Tourist und Urlaubsreisender synonym gebraucht werden können. Urlaubsreisende seien nach Freyer dabei nicht per se mit Urlaubern gleichzusetzen, schließlich bedeute Urlaub lediglich, die Arbeit niederzulegen.⁵ Erst wenn sich der Urlauber während seiner freien Zeit⁶ zu einer Reise entscheidet, wird er zum Urlaubsreisenden.⁷ Da allerdings ein Riourlaub aufgrund der geographischen Distanz für Deutsche automatisch eine Reise bedingt, wurde im Titel vereinfachend die Formulierung „deutscher Urlauber“ verwendet.⁸ Bezüglich des Ziels einer Reise wäre es treffender von der **Destination** zu sprechen. Schließlich könne nach Mundt der gleiche Ort, je nach Jahreszeit oder Zielgruppe, eine andere Destination sein.⁹ Des Weiteren sei in den Augen Steinbachs die Ortsgrenze nicht immer gleichzusetzen mit der Destinationsgrenze. Er spricht von Aktionsräumen, welche das Verhalten der Touristen bestimmen würden.¹⁰ Den Tourismus müsse man nach Freyer als Teilbereich einer Destination sehen, da diese eine Vielzahl weiterer Funktionen übernehme.¹¹ Er definiert daher folgendermaßen:

„Touristische Destinationen sind geographische, landschaftliche, sozio-kulturelle oder organisatorische Einheiten mit ihren Attraktionen, für die sich Touristen interessieren. Aus ökonomischer Sicht wird in Destinationen ein touristisches Leistungsbündel von verschiedenen Anbietern produziert und gemeinschaftlich angeboten.“¹²

Das **touristische Angebot** einer Destination wird demnach von mehreren, unabhängigen Dienstleistern erstellt. Der Gast nimmt dabei die einzelnen Teilleistungen nicht wahr, sondern sieht nur ihre Gesamtheit.¹³ Deswegen müssen sich die beteiligten Betriebe gemeinsam organisieren und intensiv zusammenarbeiten.¹⁴ So könnten Besucherströme erhöht und die eigene Stellung im Markt gestärkt werden. Das touristische Angebot spielt demnach eine wichtige Rolle für den Erfolg einer Destination. Freyer unterteilt dabei in ursprüngliches und abgeleitetes touristisches Angebot. Das ursprüngliche Angebot bestehe aus gegebenen Faktoren wie z.B. Landschaft, Klima oder Kultur. Das abgeleitete Angebot dagegen bezeichne die touristische Infrastruktur wie z.B. das Beherbergungs- oder Transportwesen.¹⁵ Mundt kritisiert eine solche Aufteilung, da sie in seinen Augen eine zeitliche Komponente beinhalte, die so nicht zutreffend sei. Erst durch die Anbindung und Erschließung werde das ursprüngliche Angebot touristisch

⁴ Eine visuelle Aufbereitung der einzelnen Gruppen wurde in Anhang 1 beigelegt. Vgl. S. XXXIV

⁵ Vgl. Freyer, Walter (2006): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 8., überarbeitete und aktualisierte Auflage, München, S. 88f.

⁶ Nach Opaschowski bedeute Freizeit die Zeit, in der man weder Verpflichtungen noch Zwängen unterliege. Urlaub sieht er deswegen als „Freizeit par excellence“, wo man zeitlich und räumlich am weitesten von den Arbeits- und Alltagspflichten entfernt sei. Vgl. Opaschowski, Horst W. (2008): Einführung in die Freizeitwissenschaft. 5., Wiesbaden, S. 22.

⁷ Dauert sie länger als fünf Tage, so unternimmt er eine Urlaubsreise, bei zwei bis vier Tagen eine Kurzurlaubsreise. Vgl. FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2013): Reiseanalyse 2013. Kurzfassung der Ergebnisse. Struktur und Entwicklung der Nachfrage des deutschen Urlaubsreisemarktes 2012. Kiel, S. 5.

⁸ Aus dem Kontext wird ersichtlich, dass diese Arbeit deutsche Urlauber betrachtet, die nach Rio de Janeiro reisen. Dadurch konnte im Titel auf eine weitergehende Spezifizierung verzichtet werden, wodurch die Bezeichnungen Urlauber und Urlaubsreisender in der Folge gleichbedeutend gebraucht werden können.

⁹ Vgl. Mundt (2013): S. 330

¹⁰ Vgl. Steinbach (2003): S. 16

¹¹ Vgl. Freyer (2006): S. 252

¹² Freyer (2006): S. 252

¹³ Vgl. Freyer (2006): S. 253

¹⁴ Vgl. Mundt (2013): S. 330

¹⁵ Vgl. Freyer (2006): S. 254

relevant. Man könnte daher ebenso gut umgedreht argumentieren und das abgeleitete Angebot als ursprünglich für den Tourismus sehen.¹⁶ Eine Alternative bietet das Modell der drei a's von *Holloway* und *Taylor*. Sie unterteilen in Attraktionen (attractions, z.B. Sehenswürdigkeiten), Annehmlichkeiten (amenities, z.B. Hotels) und Anreisemöglichkeiten (access, z.B. Flughäfen).¹⁷ Sie heben aber hervor, dass der Übergang von Annehmlichkeiten und Attraktionen fließend sein könne.¹⁸ Die Attraktionen ließen sich nach *Swarbrooke* nochmals aufgliedern in: (1) natürliche Umgebung, (2) von Menschen geschaffen, aber nicht primär um Besucher anzuziehen, (3) vom Menschen geschaffen, mit dem Ziel Besucher anzuziehen und (4) Spezielle Events.¹⁹ Dieses Modell soll im folgenden Kapitel zur Analyse des touristischen Angebots der Stadt Rio de Janeiro herangezogen werden. Eine Destination ist demnach als ein komplexes Gebilde mit einer Vielzahl von Akteuren zu verstehen. Das touristische Angebot kann aufgrund der vielen beteiligten Betriebe auch als **Tourismuswirtschaft**²⁰ bezeichnet werden. Welche Betriebe dabei eine Rolle spielen und wie sie sich nach *Freyer* unterteilen lassen, zeigt die beigegefügte Grafik in Anhang 2.²¹

2.2 Das touristische Angebot in Rio de Janeiro

In 2.1 wurde gezeigt, wie sich das touristische Angebot einer Destination zusammensetzt. Dieses Wissen soll nun auf Rio de Janeiro angewendet werden. Dafür muss die Stadt zunächst einmal auf der Weltkarte eingeordnet werden. Mit mehr als 6,3 Millionen Einwohnern²² ist Rio de Janeiro die zweitgrößte Stadt Brasiliens. Sie ist die Hauptstadt des gleichnamigen Bundesstaats und liegt im südöstlichen Teil des Landes. Während sie im Norden von den Ausläufern des Gebirgszuges Serra do Mar begrenzt wird, sind im Süden der Atlantische Ozean und im Osten die Guanabara-Bucht natürliche Grenzen.²³ Die topographische Diversität, vor allem die mit atlantischem Regenwald bewachsenen Berge, bestimmt das Stadtbild Rios und trennt die einzelnen Stadtteile voneinander ab. So finden sich im Norden hauptsächlich die ärmeren, industriell geprägten Viertel, im Süden die wohlhabenderen Gegenden mit den Stränden Copacabana und Ipanema.²⁴ Die Einwohner Rios werden Cariocas²⁵ genannt, Rio selbst die wunderbare Stadt²⁶ (Cidade Maravilhosa). Die Region wurde Anfang des 16. Jahrhunderts von

¹⁶ Vgl. Mundt (2013): S. 328

¹⁷ Vgl. Holloway, J. Christopher/Taylor, Neil (2006): *The Business of Tourism*. Seventh Edition. 7., Harlow, S. 14.

¹⁸ Vgl. Holloway/Taylor (2006): S. 17

¹⁹ Vgl. Swarbrooke, John (2002): *The Development and Management of Visitor Attractions*. 2., Oxford, S. 5.

²⁰ Diese Arbeit folgt dem Vorschlag *Leipers*, den Begriff Tourismusindustrie aufgrund der branchenübergreifenden Bedeutung des Tourismus nicht als Synonym zur Tourismuswirtschaft zu verwenden. Dieser sei aufgrund der Vielzahl der beteiligten Industrien irreführend. Man dürfe den Tourismus nicht als einzelne Branche sehen, sondern als „category of behaviour that is characterised by partial industrialisation.“ Leiper, Neil (2007): „Why 'the tourism industry' is misleading as a generic expression: The case for the plural variation, 'tourism industries'“. In: Ryan, Chris (Hg.) (2008): *Tourism Management. Research, Policies, Practice*. 29(2), S. 237-251, S. 246.

²¹ Vgl. S. XXXIV

²² Vgl. IBGE: Rio de Janeiro. URL:

<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?lang=&codmun=330455&search=rio-de-janeiro|rio-de-janeiro|infograficos:-dados-gerais-do-municipio> [Stand: 28.05.2014]

²³ Vgl. Rio Guia Oficial (a): *Geographic Characteristics*. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/sobre-rio/dados-gerais/caracteristicas-geograficas-1> [Stand: 28.05.2014]

²⁴ Vgl. Sommers, Michael (2014): Rio de Janeiro. In: National Geographic Deutschland (Hg.) (2014): *National Geographic Traveler*. Rio de Janeiro. Hamburg, S. 15f.

²⁵ Vgl. Sommers (2014): S. 24

²⁶ Vgl. Sommers (2014): S. 14

den Portugiesen entdeckt und entwickelte sich schnell zu einer einflussreichen Hafenstadt.²⁷ Von ihr wurde reger Handel mit den wichtigsten Gütern des Landes geführt, zunächst mit Brasilholz, danach sukzessive mit Zuckerrohr, Gold und Kaffee.²⁸ So wurde die Stadt 1763 zur kolonialen Hauptstadt und durch die Flucht des portugiesischen Königshauses vor Napoleon knapp fünfzig Jahre später sogar zur Hauptstadt des Königreichs Portugal.²⁹ Nach Erklärung der Unabhängigkeit und Ausrufung der Republik Brasiliens fungierte Rio bis zur Gründung Brasília im Jahr 1960 als Hauptstadt des Landes.³⁰ Seitdem haben sich Stadt und Land weiterentwickelt. So zählt der *National Geographic* Rio heute zu den weltweit populärsten Metropolen und betont, dass sich die Stadt trotz ihrer zahlreichen Probleme wie Gewalt oder ungerechter Vermögensverteilung ihre lebensfrohe Grundeinstellung behalten konnte.³¹ Rinke und Schulze sprechen allgemein von einer globalen Strahlkraft der brasilianischen Kultur und führen als Beispiele die Musik, die Literatur, die Religiosität und den Sport an.³² Diese geographischen und historisch-kulturellen Rahmenbedingungen haben einen wichtigen Einfluss auf das touristische Angebot Rios. Beim Blick auf die Möglichkeiten vor Ort lassen sich insgesamt neun Bereiche zusammenfassen, die für Touristen von Interesse sein könnten. Der Verfasser vereint diese mit den Erkenntnissen Swarbrookes in folgendem Würfel-Modell.



Abbildung 1: Das Würfel-Modell des touristischen Angebots in Rio de Janeiro (Quelle: eigene Grafik)

²⁷ Vgl. Rio Guia Oficial (b): History. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/sobre-o-rio/historicos/historia-1> [Stand: 28.05.2014]

²⁸ Vgl. Sommers (2014): S. 24ff

²⁹ Vgl. Rinke, Stefan/Schulze, Frederik (2013): Kleine Geschichte Brasiliens. München, S. 65.

³⁰ Vgl. Rio Guia Oficial (b) [Stand: 28.05.2014]

³¹ Vgl. Sommers (2014): S. 17

³² Vgl. Rinke/Schulze (2013): S. 200

In grün sind die natürlichen Attraktionen der Destination gekennzeichnet. Als erstes Beispiel für die **Landschaft** dienen die Strände Rios. Insgesamt gibt es im südlichen Teil der Stadt sieben³³ Stück, darunter die bekannten Namen Copacabana, Ipanema und Leblon. Im Westen finden sich weitere neun³⁴ Strände. Laut *Sommers* habe das dazu beigetragen, dass in Rio eine regelrechte Strandkultur entstanden und zu einem wichtigen Bestandteil des Lebens vor Ort geworden sei.³⁵ Hinzukommen die zahlreichen Parks und Wälder, allen voran der „Parque Nacional da Tijuca“, der mit jährlich zwei Millionen³⁶ Gästen meistbesuchte Nationalpark des Landes. Außerdem liefern die charakteristischen Bergformationen einen wichtigen Beitrag zu den natürlichen Attraktionen der Stadt. Das Wahrzeichen Rios, der mit Seilbahnen touristisch erschlossene Zuckerhut³⁷, ist dabei nur eins der Beispiele, warum Rio de Janeiro zum Welterbe ernannt wurde. Die *UNESCO* lobt die städtische Entwicklung als eine „kreative Fusion aus Natur und Kultur“³⁸ und hebt den weltweiten Wiedererkennungswert des Stadtbildes hervor.³⁹

Mit blau werden die Attraktionen gekennzeichnet, die von Menschen geschaffen wurden, aber nicht primär mit dem Ziel, Touristen anzulocken. Zu ihnen gehören die Kategorien Monumente, Kultur, Kulinarisches und Ausflüge. Zu den **Monumenten** ist z.B. die Christus-Statue auf dem Corcovado zu zählen. Sie sollte 1921 zum hundertsten Jahrestag der Unabhängigkeit Brasiliens erbaut werden, wurde allerdings erst 1931 fertiggestellt.⁴⁰ Sie diene also primär zur Stärkung der Nationalidentität und hat sich erst später zu einem Tourismusmagneten entwickelt.⁴¹ Auch Kirchen und Theater zielten zum Zeitpunkt ihrer Erbauung auf das lokale Publikum ab. Zu nennen sind z.B. die „Igreja de Nossa Senhora da Candelária“ und das „Teatro Municipal“. Auch wenn sie heute wichtige touristische Sehenswürdigkeiten darstellen, entstanden diese Bauwerke nicht aus touristischen Gesichtspunkten. Der **Kultur** kommt in diesem Zusammenhang eine besondere Bedeutung zu. Nach der Übersiedlung des portugiesischen Königshauses erlebte sie einen rasanten Aufschwung, da gezielt in Kunstförderung investiert wurde.⁴² Klassizismus, Gotik und Renaissance verschmolzen mit brasilianischen Elementen zu einem eigenständigen Mix, der sich in vielen Straßenzügen Rios widerspiegelt.⁴³ Blickt man auf moderne gesellschaftlich-kulturelle Entwicklungen, so fallen die charakteristischen Armenviertel der Stadt auf. Die durch Besetzung der Hügellagen entstandenen Siedlungen (Favelas)⁴⁴ waren lange Zeit Synonym für Drogen, Gewalt und Verbrechen. Das mag auch heute noch größtenteils zutreffen,

³³ Vgl. Rio Guia Oficial (c): Praias. Zona Sul. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/praias/zona-sul> [Stand: 29.05.2014]

³⁴ Vgl. Rio Guia Oficial (d): Praias. Zona Oeste. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/praias/zona-oeste> [Stand: 29.05.2014]

³⁵ Vgl. *Sommers* (2014): S. 19

³⁶ Vgl. Rio Guia Oficial (e): Parque Nacional da Tijuca. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/rio-imperdivel/parque-nacional-da-tijuca> [Stand: 29.05.2014]

³⁷ Vgl. Bondinho: The Ride. URL: <http://www.bondinho.com.br/site/en/the-walk/> [Stand: 29.05.2014]

³⁸ UNESCO: Rio de Janeiro: Carioca Landscapes between the Mountain and the Sea. URL: <http://whc.unesco.org/en/list/1100> [Stand: 29.05.2014]

³⁹ Vgl. UNESCO [Stand: 29.05.2014]

⁴⁰ Vgl. *Sommers* (2014): S. 136

⁴¹ Zudem seien nach *Freyer* touristische Reisen auch erst zu einem späteren Zeitpunkt für breite Gesellschaftsschichten erschwinglich und damit relevant geworden. Vgl. *Freyer* (2006): S. 15

⁴² Vgl. *Sommers* (2014): S. 40

⁴³ Vgl. *Sommers* (2014): S. 39ff

⁴⁴ Vgl. *Sommers* (2014): S. 28

allerdings wurden viele Favelas im Laufe der Zeit von der Polizei befriedet.⁴⁵ So hat sich auch dort eine eigene Tourismuswirtschaft entwickelt, mit Rundgängen oder den typischen Funk-Partys.⁴⁶ Ein weiterer wichtiger Aspekt ist das **Kulinarische**. Der offizielle Tourismusführer der Stadt *Rio Guia Oficial* listet mehrere Gastronomiealternativen bei zwanzig unterschiedlichen Stilrichtungen in vier verschiedenen Preiskategorien⁴⁷: neben den klassischen Restaurants finden sich Fastfood-Angebote, Strandkiosks oder Cafés. Dabei sind portugiesische Einflüsse spürbar, aber auch regionale Spezialitäten aus anderen Regionen Brasiliens, wie das Grillfleisch aus dem südlichen Rio Grande do Sul oder Meeresfrüchte-Eintöpfe aus der nördlichen Bahia.⁴⁸ Auch die japanische Küche trägt zum Kulinarikmix Rios bei. Das mag damit zusammenhängen, dass die Japaner dem *IMIS-Institut* zufolge die zweitgrößte Gruppe von Ausländern in Brasilien bilden.⁴⁹ Rio selbst habe laut *Sommers* keine geerbte Küche.⁵⁰ Das Angebot setze sich vielmehr aus seinen unterschiedlichen Einflüssen zusammen. Auch die Gastronomie ist demnach historisch gewachsen und wurde nicht primär entworfen, um Touristen anzuziehen. Den Abschluss dieser Gruppe bilden die **Ausflüge**. Dieser Punkt hängt eng mit den natürlichen Gegebenheiten Rios zusammen. Von der Entstehung und Weiterentwicklung des Tourismus in Rio profitierten auch Regionen im Einzugsbereich der Stadt. So sind Städte wie Búzios und Paraty oder die Insel Ilha Grande heute oftmals fester Bestandteil einer Reise nach Rio. Búzios liegt 170 Kilometer östlich von Rio und ist einer der bekanntesten Badeorte Brasiliens.⁵¹ Das 256 Kilometer entfernte Paraty dagegen dient als Zeitzeuge der Kolonialgeschichte Brasiliens.⁵² Während Rio heute als moderne Großstadtmetropole daherkommt, war Paraty lange Zeit von äußeren Einflüssen isoliert und konnte sich so seine ursprüngliche Atmosphäre erhalten. Erst durch den Anschluss an eine wichtige Küstenstraße im Jahr 1970 ist sie für ein größeres Publikum erreichbar.⁵³ Die Ilha Grande ist die größte von etwa 300 Inseln der gleichnamigen Bucht. Die 160 Kilometer südlich von Rio gelegene Insel zeichne sich laut *Rio Guia Oficial* durch eine große Abgeschlossenheit aus, da sie nur per Boot zu erreichen sei.⁵⁴

Die Farbe gelb markiert im Würfel-Modell die Angebote, die vom Menschen extra zur Verstärkung der Touristenströme geschaffen wurden. Neben den Aktivitäten Sport und Action sind das Shopping und Nightlife. Natürlich ist **Sport und Action** kein rein touristisches Phänomen, allerdings wurden viele Angebote in diesem Bereich extra für Touristen aufgebaut. Als Beispiel wäre das Drachen- bzw. Gleitschirmfliegen zu nennen. Es gibt eine Vielzahl von Anbietern, die Tandemflüge plus Hotelabholung und -rücktransport anbieten. Alle starten von derselben Startrampe an der Klippe „Pedra Bonita“, überfliegen die Stadt und landen am Strand „Praia do

⁴⁵ Vgl. Oehrlein, Josef (2012): Drogenhandel in Brasilien. Friede den Favelas. URL: <http://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/drogenhandel-in-brasilien-friede-den-favelas-11715774.html> [Stand: 29.05.2014]

⁴⁶ Vgl. Sommers (2014): S. 196

⁴⁷ Vgl. Rio Guia Oficial (f): Where to eat. URL: <http://www.rioguiaooficial.com.br/onde-comer> [Stand: 29.05.2014]

⁴⁸ Vgl. Sommers (2014): S. 36f

⁴⁹ Vgl. Institut für Migrationsforschung und Interkulturelle Studien (IMIS) der Universität Osnabrück (2008): Fokus Migration. Länderprofil Brasilien. Nr.15, Osnabrück, S. 2.

⁵⁰ Vgl. Sommers (2014): S. 36

⁵¹ Vgl. Rio Guia Oficial (g): Búzios. URL: <http://www.rioguiaooficial.com.br/rio-de-janeiro/arredores/buzios> [Stand: 29.05.2014]

⁵² Vgl. Rio Guia Oficial (h): Paraty. URL: <http://www.rioguiaooficial.com.br/rio-de-janeiro/arredores/paraty> [Stand: 29.05.2014]

⁵³ Vgl. Sommers (2014): S. 226f

⁵⁴ Vgl. Sommers (2014): S. 222ff

Pepino“.⁵⁵ Daneben gibt es noch weitere sportliche Outdoor-Aktivitäten wie Klettern, Wakeboarden oder Zip-Lining.⁵⁶ Als Ergänzung bietet sich kaufwilligen Urlaubsreisenden ein breites Spektrum von **Shoppingmöglichkeiten**. So kann Rio auf eine große Auswahl an Shopping Malls, traditioneller Märkte oder trendiger Boutiquen verweisen.⁵⁷ Vor allem den Einkaufszentren spricht *Mundt* in diesem Zusammenhang eine hohe touristische Relevanz zu, die sich aus der Größe und Vielfalt ihrer Angebote ergebe.⁵⁸ Durch die geschickte Kombination von Verkaufs-, Freizeit- und touristischen Angeboten entstanden ganze Erlebniswelten, welche zu einem längeren Aufenthalt und zu höheren Ausgaben der Besucher führen würden.⁵⁹ Diese Entwicklung werde sich in Zukunft noch verstärken, da man die Infrastruktur der Shopping-Malls ideal mit der Ausrichtung von Events verknüpfen könne.⁶⁰ Das **Nightlife** bildet die letzte Kategorie dieses Unterpunktes. In Rio gibt es dafür eine Vielzahl von Lokalitäten, seien es Bars, Nachtclubs oder Sambashows.⁶¹ Eine besondere Bedeutung kommt hier dem Stadtteil Lapa zu. In manchen Straßen konzentrierte sich das Angebot in den Augen *Sommers* dermaßen⁶², dass man schon von einem Unterhaltungskomplex sprechen kann. Nach *Mundt* seien derlei Unterhaltungskomplexe ein typisches Beispiel für von Menschen geschaffene Attraktionen, welche das Hauptziel haben, Touristen anzulocken.⁶³

In weiß wird die letzte Säule im *Swarbrooke*-Modell gekennzeichnet: die **Events**. Darunter fallen sowohl periodisch wiederkehrende (z.B. Karneval, Silvester), als auch einmalige Veranstaltungen (z.B. Fußball-WM 2014, Olympische Spiele 2016).⁶⁴ Allein im Jahr 2014 wurden nach Regierungsangaben 920.000⁶⁵ Touristen zum Karneval in Rio erwartet, die insgesamt 950 Millionen⁶⁶ US Dollar umsetzen sollten. Die Rolle der Fußball-Weltmeisterschaft wird im Laufe dieser Arbeit noch genauer untersucht werden. Es lässt sich allerdings bereits erkennen, dass sich die Eventlandschaft Rios aus vielen verschiedenen Bereichen zusammensetzt. So gibt es neben künstlerischen, sportlichen oder kulinarischen auch religiöse Veranstaltungen, wie der Weltjugendtag 2013 gezeigt hat.⁶⁷ Business-Events, wie Kongresse oder Seminare werden im Rahmen dieser Arbeit allerdings nicht berücksichtigt.⁶⁸

Fazit: Es bleibt festzuhalten, dass das touristische Angebot in Rio aus vielen unterschiedlichen Elementen besteht. Diese sind entweder durch die landschaftlichen Voraussetzungen gegeben oder sie wurden im Laufe der Zeit vom Menschen geschaffen. Die Attraktionen decken ein breites Spektrum touristischer Aktivitäten ab. Das ist wichtig mit Hinblick auf die Themafrage,

⁵⁵ Vgl. *Sommers* (2014): S. 193

⁵⁶ Vgl. *Sommers* (2014): S. 263

⁵⁷ Vgl. Rio Guia Oficial (i): Shopping. <http://www.rioguiaoficial.com.br/o-que-fazer/compras> [Stand: 29.05.2014]

⁵⁸ Vgl. *Mundt* (2013): S. 347

⁵⁹ Vgl. *Mundt* (2013): S. 346

⁶⁰ Vgl. *Mundt* (2013): S. 348

⁶¹ Vgl. *Sommers* (2014): S. 104

⁶² Vgl. *Sommers* (2014): S. 105

⁶³ Vgl. *Mundt* (2013): S. 329

⁶⁴ Vgl. Rio Guia Oficial (j): Events. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/eventos> [Stand: 29.05.2014]

⁶⁵ Vgl. Governo do Rio de Janeiro (2014): Carnaval fluminense movimentará US\$ 950 milhões. URL: <http://www.rj.gov.br/web/imprensa/exibeconteudo?article-id=1969109> [Stand: 29.05.2014]

⁶⁶ Vgl. Governo do Rio de Janeiro (2014) [Stand: 29.05.2014]

⁶⁷ Vgl. Burghardt, Peter (2013): Fischer Franziskus im Menschenmeer. Papst beim Weltjugendtag in Rio. URL: <http://www.sueddeutsche.de/panorama/papst-beim-weltjugendtag-in-rio-fischer-franziskus-im-menschenmeer-1.1732901> [Stand: 29.05.2014]

⁶⁸ Bei der visuellen Vorstellung der Stadt hilft ein exemplarisches Bild Rio de Janeiros in Anhang 3. Vgl. S. XXXV

schließlich sollen zu einem späteren Zeitpunkt die Interessen der deutschen Urlaubsreisenden untersucht werden. Der Fokus dieser Arbeit wurde daher bewusst auf die Attraktionen gelegt. Annehmlichkeiten und Anreisemöglichkeiten dagegen sind zur Beantwortung der Fragestellung weniger entscheidend. Schließlich sei es nach *Holloway* und *Taylor* „generell die Attraktion, die einen Touristen dazu anregt, überhaupt zu verreisen“⁶⁹. Es muss allerdings gesagt sein, dass jede Attraktion, unabhängig ihres Ursprungs, erstmals erschlossen werden muss. Dafür braucht es neben der Politik entsprechende touristische Dienstleister.⁷⁰ Dem offiziellen Tourismusführer der Stadt zufolge finden sich in Rio folgende Anbietergruppen: Hotellerie und Para-Hotellerie, Flughäfen und Bahnhöfe, Transportunternehmen (z.B. Airlines, Metro, Helikopter, Kreuzfahrten, Bus und Taxi), Autovermietung, Banken, Internet-Cafés, Reiseveranstalter, Reisebüros und Gastronomie-Betriebe.⁷¹ *Freyer* bezeichnet sie als die touristischen Produzenten, welche dafür verantwortlich seien, die notwendigen Annehmlichkeiten und Anreisemöglichkeiten zur Verfügung zu stellen. Nur wenn die Besucher Zugang zu den geschilderten Attraktionen hätten und sich vor Ort verpflegen und übernachten könnten, würde eine Destination Erfolg haben.⁷² Ob dafür die wirtschaftlichen Grundvoraussetzungen in Rio gegeben sind und welche Rolle der Tourismus für die Wirtschaft im Allgemeinen spielt, soll daher im Folgendem analysiert werden.

2.3 Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Wirtschaftsprofil Brasilien und Rio

Im vorausgegangenen Unterkapitel wurde deutlich, dass Rio über eine umfassende Tourismuswirtschaft verfügt. Es stellt sich nun die Frage nach den gesamtwirtschaftlichen Zusammenhängen. Bevor diese beantwortet werden kann, muss einleitend das ganze Land betrachtet werden. **Brasilien** wird generell ein hohes wirtschaftliches Potential zugesprochen, wobei die großen Hoffnungen laut *Hamburgischem Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)* in der Vergangenheit oft unerfüllt blieben.⁷³ So zähle das Land auf der einen Seite zu den fünf aufstrebenden Volkswirtschaften, den BRICS-Staaten,⁷⁴ auf der anderen aber auch zu den sogenannten „fragilen Fünf“, welche besonders anfällig seien für globale Wirtschaftsprobleme.⁷⁵ Auf ein Wirtschaftswachstum von 7,5⁷⁶ Prozent im Jahr 2010 folgte ein rapider Abschwung um fast fünf⁷⁷ Prozentpunkte im Folgejahr und ein Rückgang auf 0,9⁷⁸ Prozent ein Jahr darauf. Für die nahe Zukunft

⁶⁹ Vgl. Holloway/Taylor (2006): S. 214

⁷⁰ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): Travel & Tourism. Economic Impact 2014 Brazil. London, S. Foreword.

⁷¹ Vgl. Rio Guia Oficial (k): Services. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/informacoes-turisticas/servicos> [Stand: 29.05.2014]

⁷² Vgl. Freyer (2006). S. 257

⁷³ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): Brasilien und die Fußball-WM 2014. Hamburg, S. 7

⁷⁴ Vgl. Dane, Felix/Schotte, Simone (2013): Brasilien: Wirtschaftlich über-, politisch unterbewertet? URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_34492-1522-1-30.pdf?130527112226, S. 2. [Stand: 30.05.2014]

⁷⁵ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 12

⁷⁶ Vgl. Germany Trade & Invest (2013a): Wirtschaftsdaten kompakt: Brasilien. URL: http://ahk.de/fileadmin/ahk_ahk/GTal/brasilien.pdf, S. 2. [Stand: 30.05.2014]

⁷⁷ Vgl. Germany Trade & Invest (2013a): S. 2 [Stand: 30.05.2014]

⁷⁸ Vgl. Germany Trade & Invest (2013a): S. 2 [Stand: 30.05.2014]

sehen die Prognosen wieder besser aus (2,1⁷⁹ Prozent bis 2,5⁸⁰ Prozent). Insgesamt bezeichnet das *HWWI* die Entwicklung des Landes nach Überwindung wirtschaftlicher und politischer Krisen wie Superinflation bzw. Militärdiktatur als stabil.⁸¹ Als große Chancen werden zum Beispiel die junge Bevölkerung des Landes, der Reichtum an natürlichen Ressourcen und die politische Stabilität angeführt.⁸² Der Aufstieg von etwa 40 Millionen Brasilianern in die neue Mittelschicht und die messbare Reduzierung des Gefälles zwischen Arm und Reich seien weitere positive Indikatoren.⁸³ Allerdings würden dem britischen Wirtschaftsmagazin *The Economist* zufolge auch viele Probleme den Staat belasten, wie ausufernde Steuerbelastungen für Unternehmen, unzureichende Investitionen in die Infrastruktur oder ein unverhältnismäßiges Rentensystem.⁸⁴ Das Spannungsfeld zwischen Euphorie und Hoffnung, sowie Ernüchterung bis Enttäuschung drückte das Magazin auf zwei Titelblättern folgendermaßen aus. Vor allem der Einbruch des Wirtschaftswachstums hatte ganz erheblichen Einfluss auf das Entstehen der Protestbewegung, wie zu einem späteren Zeitpunkt in Kapitel 3.1.2 verdeutlicht wird.



Abbildung 2: *The Economist*-Titelseiten zur Wirtschaftslage Brasiliens: links 2009, rechts 2013 (Quelle: *The Economist*⁸⁵)

⁷⁹ Vgl. Germany Trade & Invest (2013b): Wirtschaftstrends Brasilien. Jahreswechsel 2013/14. URL: http://www.gtai.de/GTAI/Content/DE/Trade/Fachdaten/PUB/2014/01/pub201401068004_18699.pdf, S. 4. [Stand: 30.05.2014]

⁸⁰ Vgl. BayernLB (2013): Länderanalyse Brasilien. URL: http://www.bayernlb.de/internet/media/de/internet_4/de_1/downloads_5/0100_corporatecenter_8/5700_volkswirtschaft_research_2/laender_1/deutsch_2/laenderanalysena_k_1/brasilien_1/Brasil1012.pdf, S. 3. [Stand: 30.05.2014]

⁸¹ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 8

⁸² Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 11

⁸³ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 9

⁸⁴ Vgl. *The Economist* (2013): Brazil's future. Has Brazil blown it? URL: <http://www.economist.com/news/leaders/21586833-stagnant-economy-bloated-state-and-mass-protests-mean-dilma-rousseff-must-change-course-has> [Stand: 30.05.2014]

⁸⁵ Vgl. *The Economist* (2009): Brazil takes off. Now the risk for Latin America's big success story is hubris. URL: <http://www.economist.com/node/14845197> [Stand: 30.05.2014] / Vgl. *The Economist* (2013) [Stand: 30.05.2014]

Für **Rio** lässt sich allgemein ein sehr positives Bild zeichnen. So bezeichnet die *Wirtschaftskammer Österreichs (WKO)* Rio als „Brasiliens Wachstumsregion Nr. 1“⁸⁶. Sie unterstreicht das überdurchschnittliche Wachstum, welches zwei- bis dreimal höher liege als der Landesdurchschnitt.⁸⁷ Als Gründe für den starken Zuwachs seien Erdölfunde vor der Küste und die anstehenden sportlichen Großereignisse zu sehen.⁸⁸ Die Erwartungen für die nächsten Jahre seien deswegen höher als die ganz Brasiliens (bis zu 5,1⁸⁹ Prozent). Auch der *Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI)* hebt die Bedeutung der Region hervor. Nach São Paulo sei sie das zweitwichtigste Handels- und Finanzzentrum des Landes.⁹⁰ Im Jahr 2011 war allein die Stadtgemeinde Rio de Janeiro für gut fünf⁹¹ Prozent des Bruttoinlandsprodukts (BIP) Brasiliens verantwortlich. Das BIP des gleichnamigen Bundesstaats hat sich innerhalb von zehn Jahren verdreifacht und liegt heute bei 462 Milliarden⁹² Brasilianischen Reais (etwa 152 Milliarden Euro beim Euro-Real-Wechselkurs von 3,02⁹³).

Fazit: Insgesamt ist für die Zukunft eine positive Wirtschaftsentwicklung zu erwarten. Das gilt sowohl für Brasilien als auch Rio. Der Dienstleistungssektor, welcher in Rio 69,2⁹⁴ Prozent der Bruttowertschöpfung ausmacht, spielt dabei eine besondere Rolle. Da sich, wie Kapitel 2.1 gezeigt hat, Tourismus aus Dienstleistungen unterschiedlicher Branchen und Anbieter zusammensetzt, lässt sich an dieser Stelle bereits auf eine hohe Bedeutung des Tourismus schließen. Ob das so ist, soll im Anschluss genauer untersucht werden.

Tourismus: Weltweit / Brasilien / Rio

Allgemein befindet sich die Tourismusbranche **weltweit** im Auftrieb. Nachdem im Jahr 2012 zum ersten Mal die Marke von einer Milliarde⁹⁵ Reisenden durchbrochen wurde, stieg ihre Zahl auch im letzten Jahr erneut um fünf⁹⁶ Prozentpunkte. Der Zuwachs werde sich laut *UNWTO* für dieses Jahr zwar leicht verringern, bliebe aber immer noch relativ hoch (Plus von bis zu 4,5⁹⁷ Prozentpunkten). Das *World Travel & Tourism Council (WTTC)* spricht ebenfalls von einem sehr erfolgreichen letzten Jahr. So hebt es hervor, dass der Anteil touristischer Leistungen am weltweiten BIP zum vierten Mal in Folge gestiegen sei und heute bei 9,5 Prozent und damit

⁸⁶ Wirtschaftskammer Österreich (WKO): Rio de Janeiro ist Brasiliens Wachstumsregion Nr. 1. Wirtschaftswachstum liegt weit über Landesdurchschnitt. URL: <https://www.wko.at/Content.Node/service/aussenwirtschaft/br/Rio-de-Janeiro-ist-Brasiliens-Wachstumsregion-Nr-1.html> [Stand: 30.05.2014]

⁸⁷ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich (WKO) [Stand: 30.05.2014]

⁸⁸ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich (WKO) [Stand: 30.05.2014]

⁸⁹ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich (WKO) [Stand: 30.05.2014]

⁹⁰ Vgl. Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI) (2011): Deutsch-Brasilianische Wirtschaftstage 2011. Informationen zur (Wirtschafts-)Region. URL: http://www.bdi.eu/Brasilien2011_Rio-de-Janeiro-Informationen-zur-Region.htm [Stand: 30.05.2014]

⁹¹ Vgl. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2013): Produto Interno Bruto dos Municípios 2011. Contas Nacionais, número 41, Rio de Janeiro, S. 65.

⁹² Vgl. Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro (CEPERJ) (2013): Projeto Contas Regionais do Brasil. Produto Interno Bruto – PIB do Estado do Rio de Janeiro – 2011. URL: <http://www.ceperj.rj.gov.br/ceep/pib/PIB%20do%20Estado%20do%20Rio%20de%20Janeiro%202011.doc>, S. 4. [Stand: 30.05.2014]

⁹³ Vgl. Finanzen.net (2014): Euro-Real-Kurs. URL: <http://www.finanzen.net/devisen/euro-real-kurs> [Stand: 30.05.2014]

⁹⁴ Vgl. Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro (CEPERJ) (2013): S. 3 [Stand: 30.05.2014]

⁹⁵ Vgl. World Tourism Organization (UNWTO) (2014): UNWTO Annual Report 2013. Madrid, S. 10.

⁹⁶ Vgl. World Tourism Organization (UNWTO) (2014): S. 10

⁹⁷ Vgl. World Tourism Organization (UNWTO) (2014): S. 11

sieben Billionen⁹⁸ US Dollar liege. Zudem seien Besucherausgaben auf 1,3 Billionen⁹⁹ US Dollar angewachsen (Plus von 3,9 Prozentpunkten) und jeder elfte Job würde heute mit dem Tourismus- und Reisemarkt in Verbindung stehen (insgesamt 266 Millionen¹⁰⁰ Jobs). Dieses Wachstum werde sich auch in Zukunft fortsetzen, was vor allem auf die aufstrebenden Wirtschaftsstaaten Asiens und Lateinamerikas zurückzuführen sei. Der steigende Lebensstandard führe dort zu einer zunehmenden Reisebereitschaft innerhalb und außerhalb der nationalen Grenzen.¹⁰¹ Darüberhinaus erklärt die *WTTC*, wie sich der Tourismus auf nationale Ökonomien auswirke: So könne man zwischen einem direkten, einem indirekten und einem induzierten Beitrag unterscheiden.¹⁰² Der direkte Beitrag setze sich aus den Ausgaben der Touristen sowie den unmittelbar mit dem Tourismus verbundenen Dienstleistungen zusammen (z.B. im Bereich Kultur oder Sport). Der indirekte Beitrag dagegen spiegle touristische Investitionen wider, beispielsweise beim Bau von Hotels, beim Kauf neuer Flugzeuge oder für das Marketing einer Destination. Unter dem induzierten Beitrag verstehe man die Ausgaben der in der Tourismusbranche direkt oder indirekt beschäftigten Personen. Alles zusammen ergebe den Gesamtbeitrag.

In **Brasilien** liegt der Anteil des direkten Beitrags des Tourismus am BIP bei 3,5 Prozent (166,1 Milliarden Reais) und der des Gesamtbeitrags bei 9,2 Prozent (443,7 Milliarden Reais).¹⁰³ Es werden direkt drei Millionen und insgesamt mehr als zehn Millionen Jobs durch die Tourismusbranche im Land generiert.¹⁰⁴ Das entspricht 3,0 Prozent, bzw. 9,7 Prozent aller Erwerbstätigen Brasiliens. Die Besucher gaben 2013 14,9 Milliarden Reais aus und es wurden 52,0 Milliarden Reais investiert.¹⁰⁵ Urlaubsreisen stellen insgesamt den wichtigsten Part mit 85,7 Prozent der touristischen Ausgaben.¹⁰⁶ Die *WTTC* sieht für Brasilien ein hohes touristisches Potential für die Zukunft und gibt Wachstumsprognosen für alle genannten Bereiche aus.¹⁰⁷ Dass hier jedoch noch Luft nach oben besteht, zeigt der globale Vergleich. So ist Brasilien zwar aktuell die sechstgrößte Tourismuswirtschaft weltweit, beim prognostizierten Wachstum bis 2024 führt die *WTTC* das fünfgrößte Land der Erde allerdings nur auf dem 124. Rang.¹⁰⁸

Auch in **Rio** kommt dem Tourismus eine besondere Bedeutung zu. So seien touristische Leistungen laut *Global Hotel Network* an 67 Prozent des BIP der Stadt und an 45 Prozent des Bundeslands beteiligt.¹⁰⁹ Bei der Hotelauslastung ergeben sich Werte knapp um die 72 Prozent, wobei die Monate um Weihnachten und Neujahr besonders gut gebucht sind.¹¹⁰ In diesem Zeitraum ist der Anteil der Urlaubsreisenden besonders hoch, im restlichen Jahr überwiegen die

⁹⁸ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): Travel & Tourism. Economic Impact 2014. Brazil. London, S. Foreword.

⁹⁹ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): S. Foreword

¹⁰⁰ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): S. Foreword

¹⁰¹ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): S. Foreword

¹⁰² Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): S. 2

¹⁰³ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): S. 3

¹⁰⁴ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): S. 4

¹⁰⁵ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): S. 5

¹⁰⁶ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): S. 6

¹⁰⁷ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): S. 1

¹⁰⁸ Vgl. World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): S. 1

¹⁰⁹ Vgl. Global Hotel Network/BSH International (2011): GHN Market Report Rio de Janeiro. URL: http://www.bshinternational.com/_artigos/2011_05_globalhotelnetwotk.pdf, S. 1. [Stand: 01.06.2014]

¹¹⁰ Vgl. ABIH-RJ/FECOMÉRCIO-RJ (2013): Anuário Estatístico da Taxa de Ocupação Hoteleira da Cidade do Rio de Janeiro. URL: <http://www.riodejaneirohotel.com.br/site/download.php?f=2014,02,26-3097f.pdf>, S. 2. [Stand: 01.06.2014]

Geschäftsreisen mit etwas mehr als 52 Prozent.¹¹¹ Außerdem würden die Durchschnittspreise der Hotellerie in Rio einer Studie von *Hotels.com* zufolge zu den höchsten der Welt zählen.¹¹² Das brasilianische Wirtschaftsmagazin *Exame* führt Rio als beliebteste Destination bei Ausländern (vor São Paulo, Foz do Iguaçu und Salvador da Bahia).¹¹³ Die *Nationale Vereinigung zur Entwicklung des Tourismus in Rio de Janeiro (PRODETUR-RJ)* beschreibt Rio in ihrem Maßnahmenkatalog als gefestigte touristische Destination, die über alle notwendigen Ressourcen verfüge: ein Hotel-Netzwerk auf internationalem Niveau, ein professionelles, globales Vertriebssystem in den wichtigsten Quellmärkten der Stadt und Repräsentanten der wichtigsten Airlines der Welt, welche Rio als zentrales Ziel in ihrem Flugnetz eingebunden hätten.¹¹⁴ Damit lässt sich die zuvor aufgeworfene Frage, ob Rio über die nötigen Annehmlichkeiten (z.B. Hotels) und Anreisemöglichkeiten (z.B. Flughäfen) verfügt, mit Ja beantworten. Nicht umsonst zählte *PRODETUR-RJ* im Jahr 2007 mehr als 1,5 Milliarden¹¹⁵ Touristen (bei etwas mehr als fünf Milliarden in ganz Brasilien). Wären die touristischen Voraussetzungen in der Infrastruktur nicht oder nur in mangelhafter Form gegeben, wären die Prognosen der *Stadtverwaltung Rios* nur schwer nachvollziehbar. So erwartet sie für die brasilianischen Sommermonate von Dezember 2013 bis März 2014 3,25 Milliarden¹¹⁶ Besucher (Vorjahr: 3,19 Millionen) in der Cidade Maravilhosa. Diese würden einen Umsatz von 2,6 Milliarden¹¹⁷ US Dollar (Vorjahr: 2,36 Milliarden) generieren.

Fazit: Der Tourismus spielt sowohl für Brasilien, als auch für Rio de Janeiro eine sehr bedeutende Rolle. Das wird zum einen deutlich bei der Betrachtung der direkten, indirekten und induzierten Einflüsse. Zum anderen an der ehrgeizigen Zielsetzung des Landes. So spricht der brasilianische Tourismusminister *Gastão Viera* davon, mit Brasilien bis 2022 einen Platz auf dem Treppchen der drei größten Tourismuswirtschaften der Welt ergattern zu wollen.¹¹⁸ Um dieses Ziel letztlich erreichen zu können, muss es allerdings in den kommenden Jahren zu weiteren Investitionen kommen. In den vergangenen zehn Jahren wurden so bereits acht Milliarden Reais in die touristische Infrastruktur investiert. Im letzten Jahr sah das Programm zur Wachstumsbeschleunigung (*Programa de Aceleração do Crescimento*) weitere 680 Millionen Reais für Infrastrukturprojekte vor.¹¹⁹

¹¹¹ Vgl. ABIH-RJ/FECOMÉRCIO-RJ (2013): S. 6 [Stand: 01.06.2014]

¹¹² Vgl. Hotels.com (2014): The Hotel Price Index. Review of global hotel prices: January - December 2013. URL: http://press.hotels.com/en-gb/files/2014/03/HPI-FY2013-UK_Web.pdf, S. 20. [Stand: 01.06.2014]

¹¹³ Vgl. Carvalho, Luciana (2014): Os destinos brasileiros mais visitados pelos estrangeiros. URL: <http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/noticias/os-destinos-brasileiros-mais-visitados-pelos-estrangeiros> [Stand: 01.06.2014]

¹¹⁴ Vgl. Prodetur Nacional-RJ (2012): Manual de Operações do Programa-MOP. URL: <http://www.prodetur.rj.gov.br/arquivos/MOP.pdf>, S. 5. [Stand: 01.06.2014]

¹¹⁵ Vgl. Prodetur Nacional-RJ (2012): S. 5 [Stand: 01.06.2014]

¹¹⁶ Vgl. Prefeitura de Rio de Janeiro/Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (RIOTUR) (2013): Verão 2014 atrairá milhares de Turistas para o Rio. URL: <http://www.rio.rj.gov.br/web/riotur/exibeconteudo?id=4473555> [Stand: 01.06.2014]

¹¹⁷ Vgl. Prefeitura de Rio de Janeiro/Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (RIOTUR) (2013) [Stand: 01.06.2014]

¹¹⁸ Vgl. Viera, Gastão, zitiert nach Portal Brasil (2014): Turismo. Infraestrutura atrai turistas e movimenta economia. URL: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/02/infraestrutura-atrai-turistas-e-movimenta-a-economia> [Stand: 01.06.2014]

¹¹⁹ Vgl. Portal Brasil (2014) [Stand: 01.06.2014]

2.4 Das Image einer Destination und sein Wandel

Der Imagebegriff und seine Erklärung

Kapitel 2.3 hat gezeigt, dass es sich bei Brasilien und Rio um beliebte Reiseziele handelt, die beide Milliardenbeträge umsetzen. Woher kommt aber im Allgemeinen das Interesse für eine Destination? Das Image ist hierbei das zentrale Stichwort. Nicht umsonst bezeichnen es *Meffert/Burmann/Kirchgeorg* als die am häufigsten verwendete Begründung des Kaufverhaltens von Kunden.¹²⁰ *Kroeber-Riel* und *Gröppel-Klein* sind der Ansicht, dass **Image** und **Einstellung** das Selbe sei, schließlich würden den beiden Begriffen die selben Merkmale zugeschrieben und bei der Image- bzw. Einstellungsmessung nahezu die selben Verfahren verwendet werden.¹²¹ Sie sehen darin „das Gesamtbild, das sich eine Person von einem Meinungsgegenstand macht, wobei es sich eher um eine gefühlsmäßige Auseinandersetzung mit dem Meinungsgegenstand handelt.“¹²² Meinungsgegenstände könnten dabei entweder Sachen, Personen oder Themen sein. Ein äußerer Stimulus löse je nach Prädisposition (Einstellung) eine positive oder negative Reaktion aus.¹²³ Diese Prädisposition setze sich nach *Triandis* aus drei Bestandteilen zusammen: der kognitiven, der affektiven und der Verhaltenskomponente.¹²⁴ Unter der kognitiven Komponente verstehe man die Vorstellungen, die ein Mensch gegenüber einer bestimmten Kategorie habe. Die affektive bezeichne die Gefühle, die damit verbunden seien. Die Verhaltenskomponente gebe Aufschluss über daraus resultierende Handlungsneigungen. Wichtig ist, dass Einstellungen laut *Triandis* nur entstehen könnten, wenn die dazugehörige Kategorie im Denken des Menschen vorhanden sei.¹²⁵ Auf das Thema dieser Arbeit angewendet bedeutet das: wer Rio de Janeiro kennt, sammelt unter der Kategorie „Rio“ die Gesamtheit seines damit verbundenen, individuellen Wissens. Daraus leiten sich, je nach individueller Zielsetzung, entsprechende Gefühle und Verhaltenstendenzen ab.¹²⁶ Eine Einstellung sei nach *Trommsdorff* und *Teichert* daher gelernt, dauerhaft und je nach Situation abrufbar.¹²⁷ Images werden von ihnen als „mehrdimensionale, kognitiv und emotional bestimmte Grundlage einer Einstellung“¹²⁸ definiert.¹²⁹ Es lässt sich bilanzieren, dass sich der Image-/Einstellungsbegriff zwar je nach Autor (und seinem zu Grunde liegenden Definitionsschwerpunkt) unterscheiden mag, sich die Frage nach Sinn und Zweck der Images aber relativ einheitlich beantworten lässt. So helfe eine Einstellung bei *Triandis* bei der Strukturierung und beim Verständnis der Umwelt, da sie komplizierte Sachverhalte vereinfache.¹³⁰ Der Mensch greife dadurch, so *Trommsdorff/Teichert*, auf

¹²⁰ Vgl. Meffert, Heribert/Burmann, Christoph/Kirchgeorg, Manfred (2012): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. 11., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden, S. 124.

¹²¹ Vgl. Kroeber-Riel, Werner/Gröppel-Klein, Andrea (2013): Konsumentenverhalten. 10., überarbeitete, aktualisierte und ergänzte Auflage, München, S. 233.

¹²² Kroeber-Riel/Gröppel-Klein (2013): S. 233

¹²³ Vgl. Meffert/Burmann/Kirchgeorg (2012): S. 124

¹²⁴ Triandis, Harry C. (1975): Einstellungen und Einstellungsänderungen. Weinheim und Basel, S. 4.

¹²⁵ Vgl. Triandis (1975): S. 4

¹²⁶ Vgl. Triandis (1975): S. 4f

¹²⁷ Vgl. Trommsdorff, Volker/Teichert, Thorsten (2011): Konsumentenverhalten. 8., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart, S. 126.

¹²⁸ Trommsdorff/Teichert (2011): S. 133

¹²⁹ Meinungen bezeichnen *Trommsdorff/Teichert* als geäußerte Einstellungen, Stereotype und Vorurteile als Sonderformen von Einstellungen mit zumeist negativen Konnotationen. Präferenzen seien Einstellungen, bei denen unterschiedliche Meinungsgegenstände in Relation zueinander gesetzt würden. Vgl. Trommsdorff/Teichert (2011): S. 126

¹³⁰ Vgl. Triandis (1975): S. 6

angelegte Muster zurück, was dazu führe, in der jeweiligen Situation schneller reagieren zu können.¹³¹ Auch Tourismusforscher wie *Mundt* sehen die Hauptfunktion eines Images darin, Komplexität zu verringern.¹³² Das erleichtere dem Kunden die Informationsbeschaffung und dem Anbieter die Werbegestaltung, schließlich müsse nur ein Informationskern geschaffen werden. Lücken würden im Anschluss einfach durch Images ergänzt.¹³³ *Gertner* und *Kotler* fassen diese Erkenntnisse wie folgt zusammen:

*„A place's image is defined here as the sum of beliefs, ideas and impressions that people have of that place. Images represent a simplification of a large number of associations and pieces of information connected with a place. They are a product of the mind trying to process and frame huge amounts of data about a place into a small set of manageable ideas.“*¹³⁴

Steinbach spricht im Bezug auf Images von der touristischen Perspektive, welche die Phantasie der Urlauber anrege und ihnen eine Antizipation der Reise ermögliche.¹³⁵ Sie sei ganz entscheidend für die spätere Kundenzufriedenheit, da ein Urlaub letztlich nicht nach den Erlebnissen beurteilt werde, sondern nach dem Grad der Übereinstimmung zwischen dem Erlebten und den Vorstellungen vor Reiseantritt.¹³⁶ Folgende Dimensionen sind für die Imagebildung relevant: natürliche Ressourcen, generelle Infrastruktur, touristische Infrastruktur, Freizeit- und Erholungseinrichtungen, Kultur, Geschichte und Kunst, politische und wirtschaftliche Faktoren, Natur, Soziale Umwelt und Atmosphäre.¹³⁷ Dabei komme nach *Kotler/Gertner* den Aspekten die größte Bedeutung zu, welche sich am besten für die mediale Aufbereitung und Unterhaltungsindustrie eignen.¹³⁸ Insgesamt handelt es sich beim Destinationsimage um ein Thema, das in den letzten dreißig Jahren verstärkte Aufmerksamkeit in der Literatur erfuhr. Das zunehmende Interesse aus der Forschung kann als Indiz dafür gesehen werden, dass das Image erheblichen Einfluss auf die Reiseentscheidung von Touristen hat.¹³⁹

Imagebildung und -wandel

Nachdem einleitend das Destinationsimage definiert wurde, soll nun seine Entstehung und sein Wandel untersucht werden. Dass Images im Laufe der Zeit gebildet werden, wurde bereits gesagt. Wie dieser Prozess im Detail aussieht, klärt das folgende Unterkapitel. Das Image sei *Beerli/Martín* zufolge ein subjektives Konzept, welches durch Interpretation von Informations-

¹³¹ Vgl. Trommsdorff/Teichert (2011): S. 126

¹³² Vgl. Mundt (2013): S. 151

¹³³ Vgl. Mundt (2013): S. 152

¹³⁴ Gertner, David/Kotler, Philip (2004): „How can a place correct a negative image?“. In: Palgrave Macmillan (Hg.) (2004): *Place Branding*. 1, S. 50-57, S. 50.

¹³⁵ Vgl. Steinbach (2006): S. 42

¹³⁶ Vgl. Steinbach (2006): S. 42

¹³⁷ Vgl. Beerli, Asunción/Martín, Josefa D. (2004): „Factors influencing Destination Image“. In: Tribe, John (Hg.) (2004): *Annals of Tourism Research*. 31(3), S. 657-681, S. 659.

¹³⁸ Vgl. Kotler, Philip/Gertner, David (2004): „Country as a brand, product and beyond: a place marketing and brand management perspective.“ In: Morgan, Nigel/Pritchard, Annette/Pride, Roger (Hg.) (2004): *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. 2, S. 249-261, S. 42.

¹³⁹ Eine Untersuchung *San Martíns* und *Rodríguez del Bosques* zu den in der Literatur gängigen Imagedefinitionen ergab, dass unterm Strich immer die gleichen Aspekte genannt würden: Eindruck, Wahrnehmung und mentale Repräsentation. Vgl. San Martín, Héctor/Rodríguez del Bosque, Ignacio A. (2007): „Exploring the cognitive-affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation“. In: Ryan, Chris (Hg.) (2008): *Tourism Management. Research, Policies, Practice*. 29(2), S. 263-277, S. 264.

quellen auf der einen und persönlichen Faktoren auf der anderen Seite entstehe – als Ergebnis zweier eng miteinander verknüpften Komponenten: der **kognitiven** und der **affektiven Beurteilung** der Wahrnehmung.¹⁴⁰ Als Informationsquellen würden dabei zum Beispiel die klassischen Werbemaßnahmen in den Massenmedien (offen induziert) oder Berichte über die Destination durch Prominente (versteckt induziert) dienen. Taucht die Destination in den Nachrichten auf bzw. in Filmen oder Fernsehprogrammen, dann ist nicht mehr die Destination selbst der Urheber dieser Botschaften. In diesem Fall spreche man von autonomen Quellen.¹⁴¹ Zusätzlich gibt es organische Quellen, womit Berichte von Freunden oder Bekannten gemeint seien. Insgesamt lässt sich erkennen, dass innerhalb dieser Aufzählung der Grad, inwieweit eine Destination auf die über sich verbreiteten Informationen Einfluss nehmen kann, abnimmt. Alle vier Teilbereiche zusammen formen in dem Modell *Beerli* und *Martins* das sekundäre Image, welches in der Regel vor dem eigenen Reiseantritt gebildet werde. Im Gegensatz dazu stehe das primäre Image, das sich aus den eigenen Reiseerfahrungen am jeweiligen Zielort zusammensetze und sich so vom sekundären Image unterscheiden könne.¹⁴² Als persönliche Faktoren sind soziodemographische und psychologische Merkmale zu verstehen. Auf der einen Seite steht die Frage nach z.B. dem Alter, dem Geschlecht, dem Bildungs- oder Familienstand, der sozialen Schicht oder dem Lebenszyklus, auf der anderen Seite die nach der individuellen Motivation, den Werten, der Persönlichkeit oder dem Lifestyle.¹⁴³ So würden die Informationsquellen bei der kognitiven Strukturierung einer Destination helfen, während es hauptsächlich die einzelnen Motive seien, die eine Destination mit Emotionalität aufladen würden. Je unabhängiger dabei die Quelle, desto mehr Einfluss habe sie auf die kognitive Beurteilung. Je mehr das Destinationsangebot mit den Bedürfnissen des Urlaubers übereinstimme, desto besser sei die affektive Beurteilung.¹⁴⁴ Aus der kognitiven und affektiven Wahrnehmung ergibt sich letztlich das Gesamtbild (Image) einer Destination. *Baloglu* und *McCleary* unterstreichen dabei die Wichtigkeit der affektiven Komponente.¹⁴⁵ Zunächst komme es zu einer kognitiven Bewertung, danach zu einer affektiven Reaktion, welche insgesamt den größeren Anteil an der Bildung des Gesamtimages habe.¹⁴⁶ *Baloglu/McCleary* üben daher Kritik an der Definition Kotlers, da sie hauptsächlich auf die kognitive Dimension eingehe.¹⁴⁷ Daneben gibt es noch weitere Ansätze wie der von *Qu/Kim/Im*, die sich für die Einführung des einzigartigen Images als dritte Komponente aussprechen.¹⁴⁸ Dadurch sei eine bessere Abgrenzung zu Wettbewerbern möglich. Im Rahmen dieser Arbeit soll aber auf das klassische Modell nach *Beerli* und *Martin* zurückgegriffen werden, da es auch in der Literatur weiter verbreitet ist.

¹⁴⁰ Vgl. Beerli/Martin (2004): S. 660

¹⁴¹ Vgl. Beerli/Martin (2004): S. 661

¹⁴² Vgl. Beerli/Martin (2004): S. 662

¹⁴³ Vgl. Beerli/Martin (2004): S. 664

¹⁴⁴ Vgl. Beerli/Martin (2004): S. 677

¹⁴⁵ Vgl. Baloglu, Seyhmus/McCleary, Ken W. (1999): „A Model of Destination Image Formation“. In: Elsevier Ltd./Tribe, John (Hg.) (1999): *Annals of Tourism Research*. 26(4), S. 868-897, S. 890.

¹⁴⁶ Vgl. Baloglu/McCleary (1999): S. 890

¹⁴⁷ Vgl. Baloglu/McCleary (1999): S. 871

¹⁴⁸ Vgl. Qu, Hailin/Kim, Lisa H./Im, Holly H. (2010): „A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image“. In: Ryan, Chris (Hg.) (2011): *Tourism Management. Research, Policies, Practice*. 32(3), S. 465-476, S. 466.

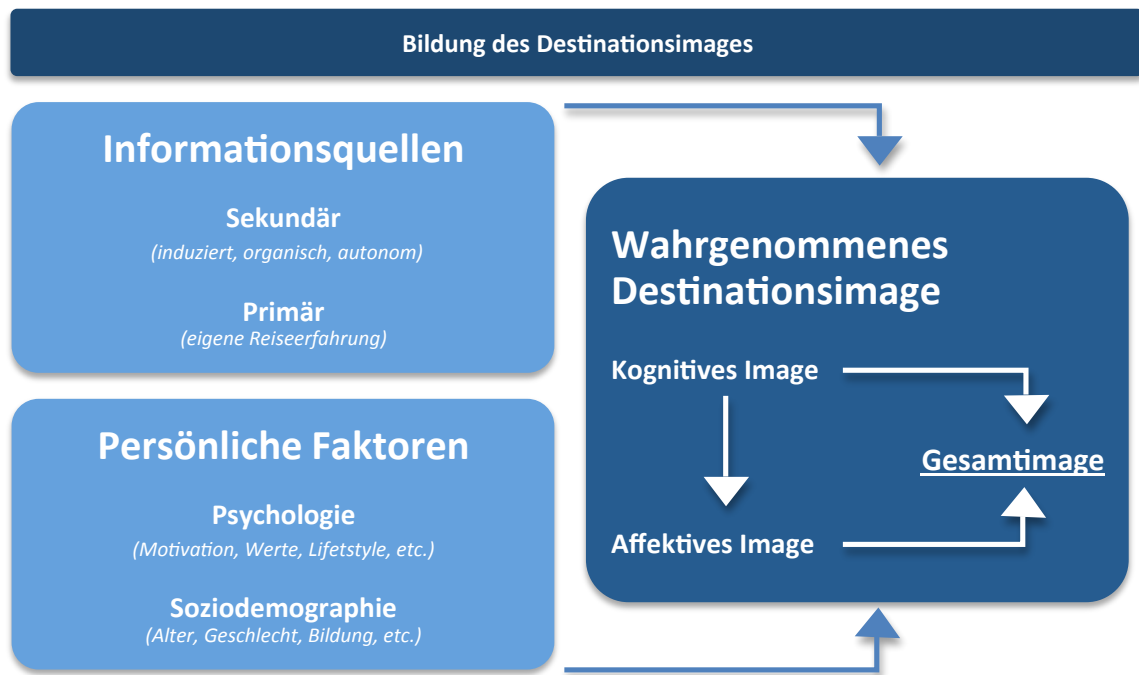


Abbildung 3: Der Imagebildungsprozess (nach Beerli und Martin¹⁴⁹)

Fazit: Das Destinationsimage ist ein komplexes Gebilde, das sich aus einer Vielzahl externer und interner Variablen zusammensetzt. Es besitzt zwei Komponenten (das kognitive Image und das affektive Image), welche eng miteinander verzahnt sind, sich gegenseitig bedingen und ein von Mensch zu Mensch verschiedenes Gesamtimage liefern. Trotz dieser Subjektivität lassen sich Gemeinsamkeiten erkennen, welche es ermöglichen, Marktsegmente für Destinationen und deren Zielgruppen zu erstellen.¹⁵⁰ Vor diesem Hintergrund wird ein strategisches Destinationmarketing notwendig. Welche Grundregeln dabei beachtet werden sollten, zeigt eine ausgewählte Zusammenstellung in Anhang 4.¹⁵¹

Der Einfluss von Mega-Events auf das Image einer Destination

Eingangs soll kurz geklärt werden, was man unter dem Begriff **Mega-Event**¹⁵² versteht. Dabei soll auf die Definition nach *Salih* zurückgegriffen werden: „Mega-Events sind langfristig geplante, zeitlich begrenzte Ereignisse in einem Land, an denen direkt und über Medien multinationale Massen teilnehmen.“¹⁵³ Die Planung erstreckte sich zum Teil über mehrere Jahre. Eine Bewerbungsphase für das Event, wie sie z.B. *Weiß* sieht,¹⁵⁴ sei *Salih* zufolge kein zwingendes Kriteri-

¹⁴⁹ Vgl. Beerli/Martin (2004): S. 660

¹⁵⁰ Vgl. Tasci, Asli D.A./Gartner, William C. (2007): „Destination Image and its Functional Relationships“. In: Perdue, Richard R. (Hg.) (2007): Journal of Travel Research, Vol. 45(4), S. 413-425, S. 423.

¹⁵¹ Vgl. S. XXXV

¹⁵² *Salih* schlägt vor, den Begriff Mega-Event den verwandten Bezeichnung Major-Event, Großveranstaltung oder Hallmark-Event vorzuziehen, da er in Deutschland bekannter sei und auch weltweit bevorzugt benutzt würde. Vgl. *Salih*, Chaban (2013): Die Public Relations von Mega-Events. Die Fußball-WM 2010 und die Hadsch 2009 und 2010 im Vergleich. Wiesbaden, S. 35.

¹⁵³ *Salih* (2013): S. 37

¹⁵⁴ Vgl. *Weiß*, Dirk P. (2008): Strategische Gestaltung des Lebenszyklus von Mega-Events. Wiesbaden, S. 40.

um, da manche Mega-Events immer in der selben Stadt seien (z.B. Hadsch) und von der selben Organisation ausgetragen würden.¹⁵⁵ Für seine Definition steckt er folgende Zahlenwerte ab: (1) direkte Teilnahme vor Ort: eine Million Menschen, (2) über die Medien: mehrere Millionen von Zuschauern, (3) Multinationalität: Anteil von ausländischen Gästen vor Ort mindestens 100.000.¹⁵⁶ Es stellt sich nun die Frage, ob die **FIFA**¹⁵⁷ **Fußball-Weltmeisterschaft**¹⁵⁸ diese Vorgaben erfüllt und als Mega-Event bezeichnet werden kann. Die Bedingung der mehrjährigen Planung ist gegeben, schließlich sind von der Vergabe bis zur Ausrichtung der WM 2014 etwa sieben Jahre vergangen.¹⁵⁹ Sie ist zeitlich begrenzt auf einen Monat und räumlich auf das Gastgeberland Brasilien.¹⁶⁰ Es ist davon auszugehen, dass direkt oder indirekt mehrere Millionen Menschen an der Veranstaltung teilnehmen werden. Bei der WM in Südafrika vor vier Jahren z.B. waren 3,17 Millionen¹⁶¹ Fußballfans vor Ort im Stadium. Das Endspiel der WM in Deutschland 2006 verfolgten 715,1 Millionen¹⁶² Zuschauer am Fernseher. Das Kriterium des Ausländeranteils bei den Teilnehmern wurde mit etwa zwei Millionen¹⁶³ nicht-deutschen Besuchern ebenso erfüllt. Die Fußball-WM 2014 in Brasilien lässt sich somit zweifelsfrei als Mega-Event bezeichnen.

Warum jedoch ist ein solches Großereignis von Interesse für ein Veranstalterland? Nach *Weiß* strahle ein Mega-Event immer auf den Gastgeber ab.¹⁶⁴ Ein Großteil der Milliardeninvestitionen der öffentlichen Hand werde im Anschluss mit der Aussicht auf **gesamtwirtschaftliche Effekte** begründet. Diese ließen sich in tangible und intangible Nutzen zusammenfassen, wobei erstere nachvollziehbar und messbar sind (z.B. Generierung von Einkommen oder Arbeitsplätzen).¹⁶⁵ Intangible Nutzen dagegen bezeichnen nicht monetär quantifizierbare Kenngrößen wie Imageeffekte oder den Bekanntheitsgrad.¹⁶⁶ Vor allem dem Image kommt dabei nach *Weiß* eine besondere Bedeutung zu. Sie sei eine zentrale Zielsetzung eines jeden Mega-Events, insbe-

¹⁵⁵ Vgl. Salih (2013): S. 37

¹⁵⁶ Vgl. Salih (2013): S. 38f

¹⁵⁷ Die Fédération Internationale de Football Association (FIFA) bezeichnet den Weltverband des Fußballs. Sie wurde 1904 gegründet und umfasst heute 208 nationale Verbände. Sie hat ihren Sitz in Zürich, Schweiz. Vgl. FIFA (a): Die Organisation. URL: <http://de.fifa.com/aboutfifa/organisation/index.html> [Stand: 03.06.2014]

¹⁵⁸ Bei der Fußball-WM handelt es sich um ein von der FIFA organisiertes und alle vier Jahre stattfindendes Fußball-Turnier, bei dem die Nationalmannschaften der Mitgliedsverbände gegeneinander antreten. Zunächst wird innerhalb von drei Jahren und über die ganze Welt verteilt eine Vorrunde ausgespielt, in der sich 31 Mannschaften für die Endrunde qualifizieren. Zusammen mit dem Gastgeberland spielen diese dann um den Weltmeistertitel. Die Endrunde dauert einen Monat und findet meist nur in einem Land statt. Vgl. FIFA (b): FIFA Weltmeisterschaft™. URL: <http://de.fifa.com/aboutfifa/worldcup/index.html> [Stand: 03.06.2014]

Wenn man von der Fußball-WM spricht, so meint man laut *Kuhl* häufig nur die Endrunde. Vgl. Kuhl, Jochen (2008): Perspektiven und Optimierungspotentiale der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft TM. Hamburg, S. 16.

¹⁵⁹ Vgl. FIFA (2011): Reglement. FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014 TM. URL: http://de.fifa.com/mm/document/tournament/competition/01/47/38/17/regulationsfwcbrazil2014_de.pdf, S. 6. [Stand: 03.06.2014]

¹⁶⁰ Vgl. FIFA (2011): S. 6 [Stand: 03.06.2014]

¹⁶¹ Vgl. FIFA (b) [Stand: 03.06.2014]

¹⁶² Vgl. FIFA (b) [Stand: 03.06.2014]

¹⁶³ Vgl. Süddeutsche.de (05.05.2014): Deutsche Heim-WM - Ein Sommermärchen für die Ewigkeit. URL: <http://www.sueddeutsche.de/news/sport/fussball-deutsche-heim-wm--ein-sommermaerchen-fuer-die-ewigkeit-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-140505-99-01027> [Stand: 03.06.2014]

¹⁶⁴ Vgl. Weiß (2008): S. 54

¹⁶⁵ Vgl. Weiß (2008): S. 58f

¹⁶⁶ Vgl. Weiß (2008): S. 59f

sondere für die Politik des Gastgeberlandes.¹⁶⁷ Vor diesem Hintergrund ist auch die Aussage *Halls* zu verstehen:

*"Hallmark events are, first and foremost, political events. At a macro-political level, nations can exploit the increased profile of an event or location to advance particular political objectives. At the micro-political level, hallmark events may be used to advance personal political ambitions or to realize institutional goals."*¹⁶⁸

Ohne eigene politische Interessen würde sich laut *Salih* kein Land dazu bereit erklären, umfassende Zugeständnisse und Garantien gegenüber der *FIFA* einzugehen.¹⁶⁹ So wurden nach *Schulze-Marmeling* die Turniere in Frankreich 1998 und Deutschland 2006 als politisches Instrument verwendet – zum einen zur internationalen Imageverbesserung, zum anderen zur Steigerung des nationalen Zusammenhalts.¹⁷⁰ Auch in Südafrika sprach der damalige Präsident Mbeki beim 1000-Tage-Countdown von Imagezielen: „2010 FIFA World Cup presents a golden opportunity to showcase Africa to the world. Now we have to show that the African Renaissance is upon us and Africa's time has come.“¹⁷¹ Da vor allem autonomen und organischen Quellen eine hohe Glaubwürdigkeit und Imagewirkung zugesagt wird, sind die von den Regierungen gehegten Imagehoffnungen durchaus berechtigt. Schließlich sind es Medienvertreter und Touristen, welche die Bilder aus der Destination in die Welt tragen, sei es in Form von Berichten in Fernsehen und Zeitungen oder durch Mund-zu-Mund-Propaganda unter Freunden und Bekannten. *Weiß* bezeichnet sie daher als Multiplikatoren des Images.¹⁷² Bei sportlichen Großveranstaltungen sei der Effekt laut *Smith* besonders groß, da sie eine hohe Popularität hätten und eine Vielzahl positiver Assoziationen auslösen würden.¹⁷³ *Hall* nennt sie deswegen auch „image builders of modern tourism“¹⁷⁴. Verstärkend komme laut *Smith* die hohe Glaubwürdigkeit dieser Events hinzu. Auch wenn eine Destination nur über sehr wenig kulturelles Imagekapital verfüge, so habe sie doch oft eine sportliche Historie. Diese eigne sich sehr gut für die Imagebildung oder -verstärkung, da sie nachvollziehbar sei und somit keine künstlichen Images erstellt werden müssten.¹⁷⁵ Auch für die Infrastruktur würden sich mehrere Vorteile ergeben, da sich z.B. die Stadien nicht nur als Austragungsstätte während der Wettkämpfe, sondern im Anschluss auch für andere Events nutzen ließen.¹⁷⁶ Außerdem würden sie symbolische Identifikationspunkte schaffen, die sich tief im Gedächtnis der Besucher und Zuschauer festsetzen würden.¹⁷⁷

¹⁶⁷ Vgl. *Weiß* (2008): S. 68f

¹⁶⁸ Hall, Colin M. (1989): „The Politics of a Hallmark Event“. In: Syme, Geoffrey J./Shaw, B. J./Fenton, Mark D./Mueller, Walter S. (Hg.): *The Planning and Evaluation of Hallmark Events*, Aldershot, S. 219., zitiert nach *Weiß* (2008): S. 69

¹⁶⁹ Vgl. *Salih* (2013): S. 61

¹⁷⁰ Vgl. *Schulze-Marmeling, Dietrich/Dahlkamp, Hubert* (2006): *Die Geschichte der Fußball-Weltmeisterschaft 1930 - 2006*. Göttingen, S. 10.

¹⁷¹ Mbeki, Thabo M., zitiert nach Republic of South Africa (14.09.2007): 2010 FIFA World Cup South Africa. URL: <http://www.sa2010.gov.za/en/node/193> [Stand: 03.06.2014]

¹⁷² Vgl. *Weiß* (2008): S. 68

Im Rahmen seiner Erhebung zum Thema erhält *Weiß* eine hundertprozentige Zustimmung von Fachleuten bei der Frage, ob Mega-Events weltweite, imagebildende Effekte hätten. Vgl. *Weiß* (2008): S. 406

¹⁷³ Vgl. *Smith, Andrew* (2001): „Sporting a new image? Sport-based regeneration strategies as a means of enhancing the image of the city tourist destination“. In: Gratton, Chris/Henry, Ian (Hg.) (2001): *Sport in the city: the role of sport in economic and social regeneration*. London, S. 127-148, S. 128.

¹⁷⁴ Hall, Colin M. (1992): *Hallmark Tourist Events: Impact, Management and Planning*. London, zitiert nach *Smith* (2001): S. 129

¹⁷⁵ Vgl. *Smith* (2001): S. 132

¹⁷⁶ Vgl. *Smith* (2001): S. 129

¹⁷⁷ Vgl. *Smith* (2001): S. 136

Abschließend würden *Smith* zufolge auch die Werte des Sports wie Heldentum und Teamgefühl auf das Image der ausrichtenden Destination abfärben.¹⁷⁸ Dass Sporttouristen, welche als primäres Motiv ihrer Reise zwar das Besichtigen, Besuchen oder Gebrauchen des sportlichen Tourismusangebots haben,¹⁷⁹ dazu auch die weiterführende Tourismuswirtschaft in Anspruch nehmen, kann am Ende dazu führen, dass Stadt und Sport in der Wahrnehmung miteinander verschmelzen und der Zielort ein Image als Sportdestination entwickeln kann.¹⁸⁰

Fazit: Sportliche Mega-Events eignen sich sehr für die Imagepolitik eines Landes, da es sich beim Sport um ein Thema handle, das nach *Smith* sowohl glaubhaft, realistisch, populär und durchdringend sei.¹⁸¹ Daher sind sportliche Großveranstaltungen wie die Fußball-Weltmeisterschaft immer mit politischen Ambitionen im Bereich der Imageverbesserung verbunden. Wirtschaftliche Effekte würden laut *HWWI* nur eine untergeordnete Rolle spielen.¹⁸² Die *Bundesregierung Deutschlands* hebt in ihrem Abschlussbericht zur WM 2006 hervor, dass die Fußball-Weltmeisterschaft einen erheblichen Beitrag dazu geleistet habe, Stereotype abzubauen und ein positives Deutschlandbild zu formen.¹⁸³ Typisch deutsche Tugenden wie Ordnung und Sicherheitsbewusstsein seien durch neue Eigenschaften wie Gastfreundschaft und Lebensfreude ergänzt, Vorurteile wie Fremdenhass und emotionale Kälte entkräftet worden.¹⁸⁴ In Südafrika seien laut *HWWI* ähnliche Effekte, vor allem bei der Stärkung des Nationalgefühls, festzustellen gewesen.¹⁸⁵ Im Rahmen dieses Fazits muss allerdings auch auf die negativen Aspekte von Großveranstaltungen verwiesen werden. Ausgaben für die WM-Infrastruktur würden laut *Salih* mit Ausgaben für soziale Einrichtungen konkurrieren. Auch Gebiete, die nicht direkt oder indirekt an der Ausrichtung beteiligt sind, könnten am Ende benachteiligt werden oder überhaupt keinen Profit aus einer WM ziehen.¹⁸⁶ Umsiedlungen, Verkaufs-Verbote oder Einreisebeschränkungen für bestimmte Nationalitäten sind weitere Aspekte, die das vertragliche Rahmenwerk der *FIFA* implizieren könnte.¹⁸⁷ Demnach muss im Vorfeld gründlich analysiert werden, ob die positiven Effekte eines Mega-Events mit den negativen Aspekten in Einklang zu bringen sind.

¹⁷⁸ Vgl. *Smith* (2001): S. 141

¹⁷⁹ Vgl. *Smith* (2001): S. 138

¹⁸⁰ Vgl. *Smith* (2001): S. 138

¹⁸¹ Vgl. *Smith* (2001): S. 136

¹⁸² Das *HWWI* betont, dass makroökonomischen Effekte sportlicher Mega-Events vernachlässigbar gering seien. Grundsätzlich sei die wirtschaftliche Entwicklung von den politischen Rahmenbedingungen in Wirtschaft und Bildung abhängig und nicht von der vorübergehenden Omnipräsenz in den Medien durch Mega-Events. Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 19ff

¹⁸³ Vgl. Bundesregierung Deutschland (November 2006): Fußball-WM 2006. Abschlussbericht der Bundesregierung. URL:

http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/Veroeffentlichungen/wm2006_abschlussbericht_der_bundesregierung.pdf;jsessionid=FDD90678CC6F5B533651A9A46E58EEBA.2_cid287?__blob=publicationFile, S. 24. [Stand: 03.06.2014]

¹⁸⁴ Vgl. Bundesregierung Deutschland (November 2006): S. 24

¹⁸⁵ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 16f

¹⁸⁶ Vgl. *Salih* (2013): S. 63

¹⁸⁷ Vgl. *Salih* (2013): S. 63

2.5 Die Reiseentscheidung und ihre Beeinflussungsfaktoren

Die Motivation – Grundvoraussetzung für jede Entscheidung

Im Kapitel 2.4 wurde gezeigt, dass das Image erheblichen Einfluss auf die Reiseentscheidung hat. Nicht umsonst erhoffen sich Regierungen, das öffentliche Bild ihrer Länder durch Mega-Events zu verbessern, um so z.B. mehr Besucher anlocken zu können. Welche anderen Faktoren bei der Reiseentscheidung eine Rolle spielen, wird im Folgenden untersucht. Nach *Kroeber-Riel* und *Gröppel-Klein* werde menschliches Verhalten immer durch aktivierende Prozesse ausgelöst.¹⁸⁸ Dabei müsse man zwischen drei Variablen unterscheiden: der Emotion, der Motivation und der Einstellung. Diese seien eng miteinander verbunden und unterschieden sich letztlich nur durch den Grad ihrer kognitiven Anreicherung.¹⁸⁹ So ließe sich Emotion definieren als zentralnervöses Erregungsmuster plus (kognitive) Interpretation, Motivation als Emotion plus (kognitive) Zielorientierung. Einstellung sei Motivation plus (kognitive) Gegenstandsbeurteilung.¹⁹⁰ Angewendet auf einen Strandurlaub in Rio würden bei einer Person folgende sprachliche Muster im Kopf ablaufen. Emotional äußert sie sich z.B. mit den Worten „Ich finde die Sonne angenehm.“ Daraus könnte sie folgende, auf ein konkretes Ziel ausgerichtete Motivation ableiten: „Ich möchte einen Strandurlaub mit viel Sonne durchführen.“ Die Einstellung beurteilt in der Folge den Meinungsgegenstand (in diesem Fall Rio) bezüglich seiner Eignung, diese Motivation zu erfüllen. Das sprachliche Muster dazu könnte lauten „In Rio de Janeiro gibt es eine Vielzahl von Stränden. Ich halte es daher für ein geeignetes Reiseziel.“ Somit sei Emotion nach *Kroeber-Riel/Gröppel-Klein* primär auf das eigene Erleben nach innen, Motivation auf ein Handeln und Einstellungen auf Objekte gerichtet.¹⁹¹ *Trommsdorff* und *Teichert* erklären, dass sowohl äußere (z.B. Werte und Normen der jeweiligen Bezugsgruppe) als auch innere Faktoren (z.B. Lebensstils und Persönlichkeit) dabei eine Rolle spielten.¹⁹² *Mundt* fasst das wie folgt zusammen: „In der Psychologie bezeichnet man generell die hinter dem Handeln und Verhalten von Menschen stehende Dispositionen als **Motivation**.“¹⁹³ Auf den Tourismus angewandt könne man zwischen Schub- und Zugfaktoren unterscheiden.¹⁹⁴ Während erstere hauptsächlich aus einer Mangelsituation resultieren würden, seien Zugfaktoren eng mit der individuell empfundenen Attraktivität eines Gegenstandes verknüpft.¹⁹⁵ Deswegen schlägt *Mundt* vor, Schubfaktoren der Reisemotivation mit Grundbedürfnissen und Zugfaktoren mit Wachstumsbedürfnissen gleichzusetzen. Er merkt jedoch an, dass man darunter kein statisches Modell verstehen dürfe, weil der Mensch immer zwischen den einzelnen Stufen hin- und herpendeln würde.¹⁹⁶ Außerdem gestalte sich die Definition von Grundbedürfnis je nach Lebensstandard der zu Grunde

¹⁸⁸ Vgl. Kroeber-Riel/Gröppel-Klein (2013): S. 55

¹⁸⁹ Vgl. Kroeber-Riel/Gröppel-Klein (2013): S. 59

¹⁹⁰ Vgl. Kroeber-Riel/Gröppel-Klein (2013): S. 59

¹⁹¹ Vgl. Kroeber-Riel/Gröppel-Klein (2013): S. 57

¹⁹² Vgl. Trommsdorff/Teichert (2011): S. 33

¹⁹³ Mundt (2013): S. 108, Hervorhebung im Original.

¹⁹⁴ Man könnte in diesem Zusammenhang auch von „Weg-von“- und „Hin-zu“-Reisen sprechen. Eine Erklärung dazu findet sich bei Freyer. Vgl. Freyer (2006): S. 73f

¹⁹⁵ Vgl. Mundt (2013): S. 110

¹⁹⁶ *Mundt* bezieht sich dabei auf die Bedürfnispyramide nach *Maslow*, welche besagt, dass erst nach Erfüllung der niedriger stehenden Grundbedürfnisse höher liegende Stufen, welche nicht dem reinen Lebenserhalt dienen (Wachstumsbedürfnisse), für die jeweilige Person relevant werden. Vgl. Mundt (2013): S. 110

liegenden Gesellschaft anders.¹⁹⁷ Eine tiefergehende Betrachtung dieses Sachverhalts ist im Rahmen dieser Arbeit jedoch nicht möglich.¹⁹⁸

Fazit: Motive haben erheblichen Einfluss auf das Entscheidungsverhalten des Menschen. Letztlich geht es darum, die ihnen zu Grunde liegenden Bedürfnisse zu befriedigen. In Kapitel 2.4 wurde gesagt, dass sich das Gesamtimage aus einer kognitiven und einer affektiven Komponente zusammensetzt. Diese Erkenntnisse lassen sich mit dem neu gewonnenen Wissen über Motive zusammenführen. So spricht *Gartner* davon, dass die affektive Komponente der Wert sei, den eine Person einer Destination auf Basis seiner Motivation zurechne.¹⁹⁹ Oder in anderen Worten: je besser sich das touristische Angebot einer Destination dazu eignet, die Bedürfnisse und Motive des Reisenden zu befriedigen, desto besser ist sein affektives Image von der Destination. Welche Motive dabei für das Reiseverhalten der Deutschen eine Rolle spielen, klärt das Kapitel 2.6.

Die Reiseentscheidung

Einleitend wurde die Bedeutung der Motivation für das menschliche Verhalten erklärt. Jetzt soll der genaue Ablauf des **Reiseentscheidungsprozesses** untersucht werden. Dabei müsse man laut *Mundt* verstehen, dass eine Reiseentscheidung niemals aus nur einer einzigen Entscheidung bestehe.²⁰⁰ Vielmehr handle es sich um ein Bündel mehrerer Einzelentscheidungen, die sukzessive erfolgen und sich teilweise gegenseitig bedingen würden. Zunächst bedürfe es laut *Mundt* einer Primärentscheidung. Diese gebe einen Entscheidungspfad vor und reduziere die damit verbundenen Alternativen bereits erheblich.²⁰¹ *Winkler* spricht dabei von einem integrierenden Prozess, bei dem über bestimmte Aspekte unbewusst mitentschieden würde.²⁰² So bedinge die Entscheidung für ein Fernreiseziel z.B. automatisch die Entscheidung über das Verkehrsmittel (in diesem Fall Flugzeug). Komme es bei den darauffolgenden Sekundärentscheidungen zu einer Unvereinbarkeit der einzelnen Variablen, so könne die Primärentscheidung auch wieder revidiert werden.²⁰³ Der Reiseentscheidungsprozess sei deswegen in den Augen *Mundts* nicht statisch²⁰⁴ und er unterliege nach *Winkler* mehreren unterschiedlichen Faktoren wie: primäre (z.B. Alter, Beruf, Bildung) und sekundäre (z.B. persönliche Urlaubserfahrung, Motive) persönliche Faktoren, zwischenmenschliche Faktoren (Mitreisende wie Partner oder Kinder), umweltbedingte Faktoren (z.B. Einreisebestimmungen) und situationsbedingte

¹⁹⁷ Vgl. Mundt (2013): S. 111

¹⁹⁸ In Anhang 5 findet sich deshalb als Ergänzung eine von *Freyer* auf den Tourismus angewandte *Maslowsche* Bedürfnispyramide. Vgl. S. XXXVII

¹⁹⁹ Vgl. Gartner, William C. (1993): „Image Formation Process“. In: Uysal, M./Fesenmaier, D. (Hg.) (1993): *Communication and Channel Systems in Tourism Marketing*, New York, zitiert nach Beerli/Martin (2004): S. 664

²⁰⁰ Vgl. Mundt (2013): S. 143

²⁰¹ Vgl. Mundt (2013): S. 145

²⁰² So geben 42 Prozent an, bereits eine Entscheidung über das Verkehrsmittel getroffen zu haben, allerdings steht diese Entscheidung mit nur 4 Prozent fast nie am Anfang. Vgl. Winkler, Karen (2009): *Reiseentscheidung. Vorgehensweisen und Aspekte bei der Reisezielwahl*. Kiel, S. 13.

²⁰³ Vgl. Mundt (2013): S. 146

²⁰⁴ Dem Verfasser erscheint diese Argumentation plausibel. Typische Phasenmodelle (z.B. AIDA-Modell) erscheinen oft zu starr und zu wenig differenziert. Aus diesem Grund sollen sie im Laufe der Arbeit nicht näher analysiert werden. Diese Arbeit geht bei der Reiseentscheidung von einem dynamischen, wenn nötig vor- und zurückspringenden Entscheidungsprozess aus. Alternative Erklärungsansätze finden sich sowohl bei *Mundt* als auch bei *Freyer*. Vgl. Mundt (2013): S. 154ff / Vgl. Freyer (2006): S. 100f

Faktoren (z.B. Informationen, Budget).²⁰⁵ Im Vorfeld der Reise stehe immer die Suche nach Informationen, da der Kunde kein Produkt im eigentlichen Sinn kaufe, „sondern ein begrenztes, im Hinblick auf die Gesamtheit seiner Urlaubsmotive und -erwartungen, lückenhaftes Leistungsverprechen.“²⁰⁶ Daraus ergebe sich laut *Mundt* eine große Unsicherheit und ein hohes Risiko für den Käufer, schließlich ließe sich die Reise vorab nicht testen, sie koste viel Geld und die durch sie verbrauchte Zeit könne nicht ersetzt werden.²⁰⁷ Deswegen sei eine erstmalig unternommene Reise immer einem hohen Beschäftigungsaufwand unterworfen (extensive Kaufentscheidung) und sie würde ein starkes persönliches Engagement (high involvement) notwendig machen.²⁰⁸ Da die Reiseentscheidung allerdings im normalen Alltagsumfeld getroffen werden müsse, in der Zeit nicht unbegrenzt zur Verfügung stehe, würden Menschen laut *Mundt* auf ein Ökonomieprinzip (d.h. Informationsrecherche so einfach wie möglich und nur so lang wie nötig) zurückgreifen.²⁰⁹ Hier kommen die Images/Einstellungen ins Spiel, wie die Erkenntnisse aus Kapitel 2.4 gezeigt haben. Die immense Anzahl unterschiedlicher Angebote macht es nämlich unmöglich, alle Alternativen in Betracht zu ziehen. Nach einer unbewussten Vorselektion reduzieren Images die Auswahlmöglichkeiten auf ein überschaubares Maß interessanter Ziele.²¹⁰ *Chen* und *Tsai* sprechen in diesem Zusammenhang sogar davon, dass das Image den größten Einfluss auf die letztliche Reiseentscheidung habe.²¹¹

Zum Ablauf ist zu sagen, dass die erste Entscheidung häufig die ist, überhaupt zu verreisen. So haben *Winkler* zufolge zwei Drittel der Deutschen bereits im Januar Urlaubsreisepläne.²¹² Ältere Leute ab 60 Jahren sind dabei entschlossener als jüngere (14 bis 39 Jahre), was laut *Winkler* damit zusammenhinge, dass diese oft reisegewöhnter seien und die Urlaubsreise für sie eine Selbstverständlichkeit sei.²¹³ In einem zweiten Schritt folgt für 39 Prozent der Bundesbürger²¹⁴ die Entscheidung über das Reiseziel. Dabei sind vor allem das Land und der Ort am wichtigsten, die Region und Unterkunft sind eher zweitrangig.²¹⁵ Im Gegensatz dazu entscheidet sich jeder vierte Deutsche zunächst für die Reiseart und jeder Zehnte für die Urlaubslandschaft.²¹⁶ Vor allem für Jüngere beginnt der Entscheidungsprozess häufig mit der Urlaubsart.²¹⁷ Unter ihnen gebe es *Winkler* zufolge weniger Wiederholer als bei den Älteren, wodurch ihnen die notwendigen Ortskenntnisse fehlen würden, um sich schon im Voraus nur mit der Frage nach dem

²⁰⁵ Vgl. *Winkler* (2009): S. 4

²⁰⁶ *Winkler* (2009): S. 6

²⁰⁷ Vgl. *Mundt* (2013): S. 148f

²⁰⁸ Dem gegenüber ständen Kaufentscheidungen, bei denen bereits Vorwissen oder Gewohnheitsmuster vorliegen würden. Diese nennt man limitiert, bzw. habitualisiert. Zusammen mit den Spontankäufen (impulsiv) bilden sie die Gruppe der Kaufentscheidungen, die generell ein geringeres Engagement (low involvement) erfordern. Vgl. *Mundt* (2013): S. 148f

²⁰⁹ Vgl. *Mundt* (2013): S. 149f

²¹⁰ Vgl. *Mundt* (2013): S. 151

²¹¹ Vgl. *Chen, Ching-Fu/Tsai, DungChun* (2006): „How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?“. In: *Ryan, Chris* (Hg.) (2007): *Tourism Management. Research, Policies, Practice*. 28, S. 1115-1122, S. 1121.

²¹² Vgl. *Winkler* (2009): S. 10

²¹³ Vgl. *Winkler* (2009): S. 10

²¹⁴ 68 Prozent der Deutschen mit Urlaubsreiseplänen für 2008 haben sich demnach bereits mehr oder weniger auf eine Destination festgelegt. Für die meisten (39 Prozent) stand diese Entscheidung am Anfang. Vgl. *Winkler* (2009): S. 13ff

²¹⁵ Vgl. *Winkler* (2009): S. 13

²¹⁶ Vgl. *Winkler* (2009): S. 13

²¹⁷ Vgl. *Winkler* (2009): S. 16

Wohin zu beschäftigen.²¹⁸ Folgende Abbildung verdeutlicht das vielschichtige Konstrukt der Reiseentscheidung.

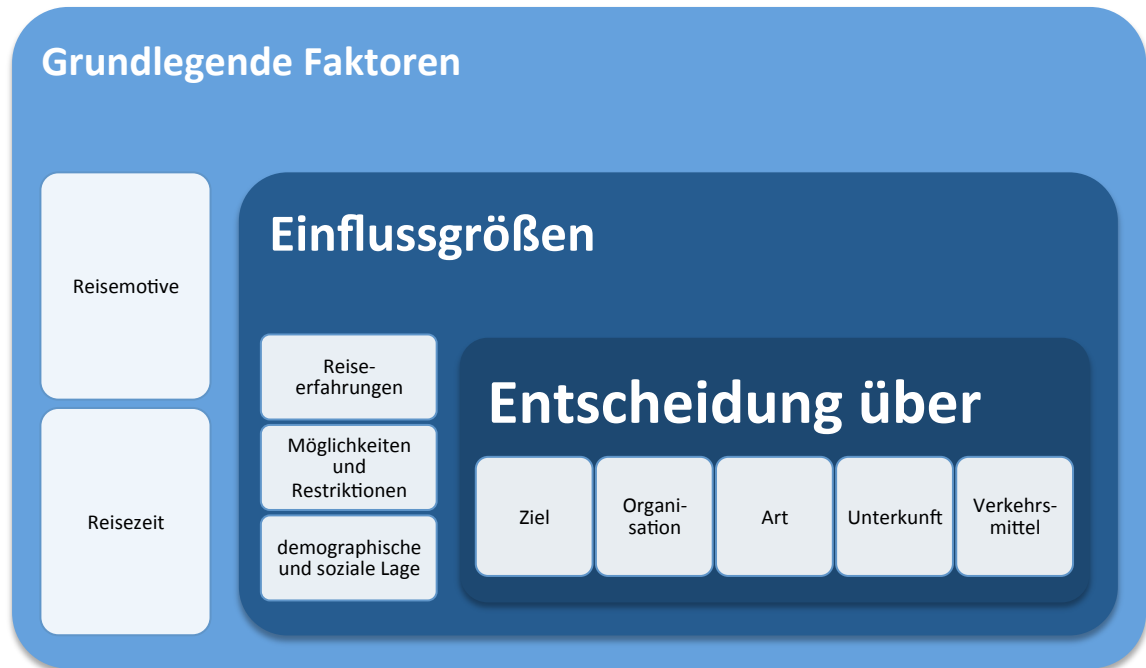


Abbildung 4: Der Reiseentscheidungsprozess (nach Mundt²¹⁹)

Welche **Entscheidungskriterien** das Reiseziel dabei erfüllen sollte, zeigt die beigefügte Grafik in Anhang 6.²²⁰ Die Faktoren, die dabei für jeden zweiten Deutschen besonders wichtig sind, werden Basisaspekte genannt.²²¹ Der 6-Jahres-Vergleich zeigt, dass vor allem das Qualitätsbewusstsein und die Preissensibilität der Deutschen gestiegen sind.²²² Im Gegensatz zu den Basisaspekten lassen sich die übrigen Kriterien als Extras bezeichnen. Während erstere im Grunde für alle Ziel- und Altersgruppen gleichermaßen gültig sind, seien es nach *Winkler* die Extras, bei denen sich Unterschiede ergeben würden und eine Differenzierung möglich sei.²²³ So legen Ältere mehr Wert auf eine schöne Landschaft, eine unberührte Natur, ein nicht überlaufenen Zielgebiet, eine kurze Anreise und kulturelle Sehenswürdigkeiten bzw. Veranstaltungen. Jüngere dagegen bevorzugen gute Bademöglichkeiten, sonniges, warmes Wetter, geringe Kosten, gute Sportmöglichkeiten und ein breites Unterhaltungsangebot.²²⁴ Dieses Wissen ist wichtig, schließlich soll im Folgenden untersucht werden, ob Rio ein interessantes Ziel für Deutsche ist. Wird diese Frage mit Ja beantwortet, muss in einem zweiten Schritt geklärt werden, welche Zielgruppen dabei besonders hervorzuheben sind und welches ihre zentralen Merkmale sind.

²¹⁸ Vgl. Winkler (2009): S. 17

²¹⁹ Vgl. Mundt (2013): S. 144

²²⁰ Vgl. S. XXXVII

²²¹ Vgl. Winkler (2009): S. 19

²²² Vgl. Winkler (2009): S. 20

²²³ Vgl. Winkler (2009): S. 23

²²⁴ Vgl. Winkler (2009): S. 23

2.6 Das touristische Potential Rios für deutsche Urlauber

Das Urlaubsreiseverhalten der Deutschen

In 2.5 wurden bereits die ersten Worte über den deutschen Urlaubsreisenden verloren. Für das folgende Unterkapitel soll nochmal vertiefend auf seine Bedürfnisse, Motive und Ängste eingegangen werden. Ziel ist es, abschließend darzulegen, warum Rio de Janeiro ein interessantes Ziel für deutsche Urlauber sein könnte und welche Zielgruppe dabei besonders relevant ist. Zum **Reiseverhalten** ist zu sagen, dass die Urlaubsreise für den Großteil der Deutschen fester Bestandteil des Jahres ist, was die Reiseintensität²²⁵ von 76,3²²⁶ Prozent belegt. Vor allem bei Paaren ohne Kinder ist sie besonders hoch.²²⁷ Sowohl bei den Urlaubsreisen als auch bei den Urlaubsreisenden ergeben sich seit Jahren stabile Zahlen. Die Ausgaben stiegen im letzten Jahr sogar um fünf²²⁸ Prozentpunkte. Im Jahr 2012 gab es 53,6 Millionen²²⁹ Urlaubsreisende in Deutschland, die 1,3²³⁰ Urlaubsreisen pro Person und Jahr durchführten. Das ergibt insgesamt 69,3 Millionen Urlaubsreisen. Bei durchschnittlichen Ausgaben von 914²³¹ Euro pro Person und Reise wurden so 63,3 Milliarden Euro umgesetzt. Insgesamt ließe sich laut *Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR)* von einem erfolgreichen Reisejahr 2012 sprechen, da sich das nachlassende Wirtschaftswachstum nicht negativ auf den Urlaubsreisemarkt ausgewirkt habe.²³² Vor allem bei den für diese Arbeit relevanten Fernreisen ergibt sich ein wichtiger Trend. So konnten diese in den letzten zehn Jahren ihren Marktanteil um zwei Prozentpunkte auf 7,0²³³ Prozent ausbauen. Damit kam es 2012 erstmals zu mehr als fünf Millionen²³⁴ Fernreisen, was einem Plus von vier Prozentpunkten entspricht.²³⁵ Die Sinus-Milieus²³⁶ mit dem höchsten Anteil an Fernreisen sind das expeditiv Milieu und das der Performer.²³⁷ Die Expeditiven lassen sich beschreiben als „Die ambitionierte, kreative Avantgarde auf der Suche nach neuen Grenzen und Lösungen, online und offline vernetzt sowie äußerst flexibel und mobil.“²³⁸ Die Performer dagegen stellen „Die multioptionale, effizienzorientierte Leistungselite mit hoher IT- und Multimedia-Kompetenz, ausgeprägtem global-ökonomischen Denken und einem Selbstverständnis als Konsum und Stil-Avantgarde.“²³⁹ Beide zusammen bilden 14,5²⁴⁰ Prozent der Gesamtbevölkerung, also umgerechnet gut zehn Millionen Menschen. Dass ausgerechnet diese beiden

²²⁵ Die Reiseintensität bezeichnet den prozentuellen Anteil der Urlaubsreisenden an der Gesamtbevölkerung innerhalb eines Jahres. Vgl. FUR (2013): S. 6

²²⁶ Vgl. FUR (2013): S. 6

²²⁷ Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): Tourismus-Analyse 2014. Hamburg, S. 9.

²²⁸ Vgl. FUR (2013): S. V

²²⁹ Vgl. FUR (2013): S. V

²³⁰ Vgl. FUR (2013): S. 18

²³¹ Vgl. FUR (2013): S. 5

²³² Vgl. FUR (2013): S. V

²³³ Vgl. FUR (2013): S. VI

²³⁴ Vgl. FUR (2013): S. VI

²³⁵ Generell lässt sich eine Dreiteilung der deutschen Urlaubsziele erkennen: Deutschland, Mittelmeer und Rest der Welt. Vgl. FUR (2013): S. 25

²³⁶ Die Sinus-Milieus teilen die Gesellschaft anhand ihrer sozialen Stellung (Einkommen, Bildung, Beruf) und Grundorientierung (von traditionell zu modern) in zehn Gruppen ein. Vgl. Sinus-Institut: Sinus-Milieus. URL: <http://www.sinus-institut.de/loesungen/sinus-milieus.html> [Stand: 05.06.2014]

²³⁷ Vgl. FUR (2013): S. 29

²³⁸ FUR (2013): S. 95

²³⁹ FUR (2013): S. 95

²⁴⁰ Vgl. Sinus-Institut [Stand: 05.06.2014]

Gruppen vermehrt (fern)reisen, hinge laut der *Stiftung für Zukunftsfragen* unter anderem mit ihrer gehobenen sozialen Stellung zusammen. Je höher das Haushaltsnettoeinkommen, desto wahrscheinlicher werde eine Fernreise.²⁴¹ Je höher der Bildungsstand, desto mehr werde dabei ausgegeben.²⁴² Die allgemeine Reiseintensität liegt bei Personen mit einem Einkommen ab 2000 Euro bei 92²⁴³ Prozent. Auch für die Zukunft seien es laut *FUR*-Angaben hauptsächlich die Vermögenden, die fest mit einer Reise planen würden (74²⁴⁴ Prozent, Durchschnitt: 68 Prozent) und dabei zudem mehr Geld ausgeben möchten als im Vorjahr (14,8²⁴⁵ Prozent, Durchschnitt: 11,6 Prozent). In der Regel verreist der Deutsche dabei zu zweit,²⁴⁶ wobei Kinder nur bei jeder zehnten Fernreise dabei sind.²⁴⁷ Auch Ältere gehören eher weniger zur Gruppe der Fernreisenden. Dafür verbringen knapp zwei von zehn Pärchen ohne Kinder ihren Urlaub außerhalb Europas.²⁴⁸ Der Höhepunkt der Reisezeit liegt dabei in den drei Sommermonaten August, Juli, September. Mehr als die Hälfte aller Urlaubsreisen findet dann statt.²⁴⁹ Die Urlaubsreise dauert in der Regel 13,1²⁵⁰ Tage (Fernreise: 16,2²⁵¹ Tage) und knapp die Hälfte davon führt ins Hotel.²⁵² Wichtig ist, dass die Buchung dabei immer noch am häufigsten über das Reisebüro erfolgt, wobei die Zahlen, genau wie bei der Pauschalreise, stark rückläufig sind und sich der Einfluss des Internets in den letzten sieben Jahren mehr als verdoppeln konnte.²⁵³ Der Deutsche recherchiert und bucht zunehmend selber. So haben von den Leuten mit Internetzugang, die 2012 verreist sind, 89²⁵⁴ Prozent im Internet nach Informationen gesucht und 71²⁵⁵ Prozent im Anschluss auch gebucht. Den wichtigsten Part der Urlaubsreisearten bildet dabei der Strand-/Bade-/Sonnen-Urlaub, gefolgt vom Ausruh-Urlaub. Zusätzlich zeigen Sightseeing-Urlaube und Rundreisen einen aufsteigenden Trend. Bei Erlebnis- oder Gesundheits-Urlaube dagegen sind die Zahlen rückläufig.²⁵⁶ Entscheidend ist, dass eine Tendenz zu mehreren Urlaubsreisen pro Jahr zu erkennen ist.²⁵⁷ Dabei könne man laut *FUR* die Haupturlaubsreisen von zusätzlichen Urlaubsreisen unterscheiden. Während erstere häufig durch Strand-/Bade-/Sonnen-Urlaube geprägt seien (und Familien-Ferien, wobei diese aufgrund ihrer geringen Relevanz für Fernreisen an dieser Stelle weniger Beachtung finden sollen), seien es bei den zusätzlichen Reisen häufig Aktiv-Urlaube oder Kultur- bzw. Studienreisen.²⁵⁸ Dieses Verhalten lässt sich auf verschiedene **Motive und Präferenzen** zurückführen. Die *Reiseanalyse* nennt insgesamt 29 unterschiedliche Motive der Deutschen und fasst diese in sieben Motivgruppen zusammen, wie in folgender Grafik deutlich wird.

²⁴¹ Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 23

²⁴² Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 26

²⁴³ Vgl. *FUR* (2013): S. 9

²⁴⁴ Vgl. *FUR* (2013): S. VIII

²⁴⁵ Vgl. *FUR* (2013): S. 22f

²⁴⁶ Vgl. *FUR* (2013): S. 55

²⁴⁷ Vgl. *FUR* (2013): S. 58

²⁴⁸ Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 23

²⁴⁹ Vgl. *FUR* (2013): S. 61

²⁵⁰ Vgl. *FUR* (2013): S. 62

²⁵¹ Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 25

²⁵² Vgl. *FUR* (2013): S. 67

²⁵³ Vgl. *FUR* (2013): S. 37

²⁵⁴ Vgl. *FUR* (2013): S. 48

²⁵⁵ Vgl. *FUR* (2013): S. 48

²⁵⁶ Vgl. *FUR* (2013): S. 50

²⁵⁷ Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 10

²⁵⁸ Vgl. *FUR* (2013): S. 52

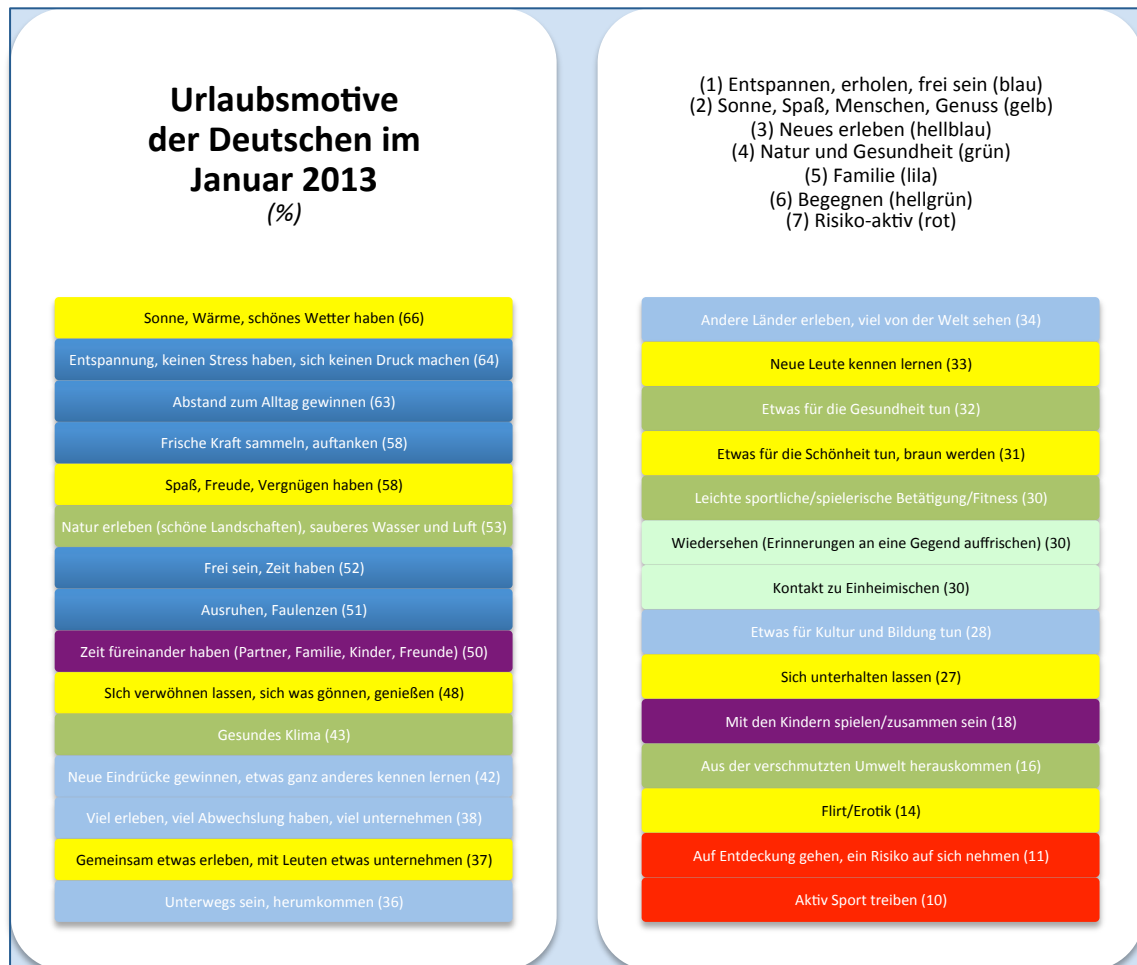


Abbildung 5: Die Urlaubsmotive der Deutschen im Januar 2013 (nach FUR²⁵⁹)

Dabei seien es laut *FUR* vor allem die selbstbezogenen Motive, denen die Deutschen die größte Bedeutung zukommen ließen. Zielbezogene Motive seien eher zweitrangig, was dazu führe, dass Destinationen nahezu beliebig ausgetauscht werden können.²⁶⁰ Im Laufe der Zeit sind vor allem Sonne, Spaß und Schönheit als zentrale Aspekte immer wichtiger geworden, aber auch „ausruhen“ oder „unterwegs sein und herumkommen“.²⁶¹ Das allein reicht allerdings nicht, um deutsche Touristen anzuziehen. Die *Tourismusanalyse 2014* sagt: „Die Sicherheit vor Ort muss garantiert sein und bleibt somit die Voraussetzung, dass die Gäste überhaupt (wieder-)kommen.“²⁶² Die Aktivitäten, die auf den Urlaubsreisen am häufigsten unternommen werden, gliedern sich in folgende drei Bereiche: Allgemeine Urlaubsaktivitäten (z.B. landestypische Spezialitäten essen, Ferienbekanntschaften machen), Ausflüge und Infrastrukturnutzung (z.B. Ausflüge in Umgebung, Einkaufsbummel, kulturelle, historische oder Natur-Attraktionen besuchen) und Sport und Bewegung (z.B. Baden im See, Meer oder Swimming-Pool, leichte sportliche Aktivitäten, Wanderungen).²⁶³

²⁵⁹ Vgl. FUR (2013): S. 86f

²⁶⁰ Vgl. FUR (2013): S. 86

²⁶¹ Vgl. FUR (2013): S. 88

²⁶² Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 23

²⁶³ Vgl. FUR (2013): S. 89

Fazit: Die Deutschen zeichnen sich durch eine hohe Reiselust aus, die sich der *Stiftung für Zukunftsfragen* zufolge auch in Zukunft fortsetzen werde.²⁶⁴ Lieber spare man an den Ausgaben während der Reise, als sie komplett ausfallen zu lassen.²⁶⁵ So ist für 60²⁶⁶ Prozent der Bevölkerung eine Urlaubsreise unverzichtbar, bei Fernreisenden sind es sogar 75²⁶⁷ Prozent. Dabei sind es vor allem die kinderlosen Paare, die sich einen klassischen, längeren Urlaub nach dem Motto „körperliche und geistige Erholung finden, den Alltag vergessen, die Seele baumeln lassen“ wünschen.²⁶⁸ Außerdem konnte das Kapitel aufzeigen, dass den Deutschen eine Vielzahl weiterer Motive wichtig ist. Diese lassen sich zu Motivbündeln zusammenfassen und haben je nach Reiseart (Haupturlaubsreise oder zusätzliche Urlaubsreise) unterschiedliche Relevanz.²⁶⁹

Das deutsche Interesse an der Urlaubsdestination Rio de Janeiro

Mit dem Wissen über das touristische Angebot Rios und den deutschen Urlaubsreisenden kann jetzt die Frage beantwortet werden, ob und warum die Deutschen Interesse daran haben, in die Stadt am Zuckerhut zu reisen. Im Laufe des zweiten Kapitels wurde deutlich, dass die zwei zentralen Variablen der Reiseentscheidung die Motive (zur Befriedigung von Bedürfnissen) und Images (zur Auswahl der Alternativen) sind. Bezüglich des **Images** wurde gesagt, dass das kognitive Image durch Auseinandersetzung mit äußeren Informationsquellen gebildet wird. Je mehr Infos und unterschiedliche Quellen dabei herangezogen werden, desto größer sei laut *Baloglu/McCleary* der Effekt.²⁷⁰ Die Medienberichterstattung ist im Vorfeld eines Mega-Events extrem hoch, d.h. der Deutsche sieht sich ständig mit Eindrücken aus dem Gastgeberland Brasilien konfrontiert. Das hängt eng zusammen mit der hohen durchschnittlichen Mediennutzung der Deutschen (knapp zehn²⁷¹ Stunden täglich). Das Fernsehen ist dabei generationenübergreifend die beliebteste Freizeitbeschäftigung in Deutschland.²⁷² Das führt zwangsläufig zu einer medialen Beeinflussung. Bei den Beiträgen stehen außerdem nicht immer die Sportberichte im Vordergrund. Die „Tour de Brasil“²⁷³, bei der die *ARD* im Vorfeld der WM Brasilien bereist, ist dabei nur eins der zahlreichen Beispiele, wo nicht der Sport, sondern das Land selbst im Fokus steht. Vor allem sind es diese autonomen Quellen, die durch ihre Unparteilichkeit den Imageeffekt verstärken. Darüber hinaus sind Berichte über Fußball, live oder zur Vor- bzw. Nachberichterstattung, ein beliebtes Thema der Deutschen. Das liege laut *Hortleber* daran, dass es ein einfaches Spiel sei, bei dem jeder Fan schnell selber zum Experten werden könne.²⁷⁴ Zudem

²⁶⁴ Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 29

²⁶⁵ Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 35

²⁶⁶ Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 29

²⁶⁷ Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 34

²⁶⁸ Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 34

²⁶⁹ An diese Stelle sei kurz auf die zunehmende Bedeutung von Kurzreisen hingewiesen. Diese spielen jedoch für diese Arbeit keine Rolle, da die räumliche Distanz Rios fast automatisch eine längere Urlaubsreise verlangt. Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 34

²⁷⁰ Vgl. Baloglu/McCleary (1999): S. 890

²⁷¹ Vgl. SevenOne Media GmbH (2012): Navigator Mediennutzung 2012. URL: https://www.sevenonemedia.de/c/document_library/get_file?uuid=2a6db46d-ed67-4961-a31f-722360028543&groupId=10143, S. 4. [Stand: 06.06.2014]

²⁷² Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2013): Freizeit-Monitor 2013. Hamburg, S. 8.

²⁷³ Vgl. Südwestdeutscher Rundfunk (SWR) (27.01.2014): Tour de Brasil. URL: <http://www.swr.de/unternehmen/presse/multimediale-pressemappen/tour-de-brasil/-/id=7503020/did=12772322/nid=7503020/4y8a0v/index.html> [Stand: 06.06.2014]

²⁷⁴ Vgl. Hortleder, Gerd (1974): Die Faszination des Fußballspiels. Soziologische Anmerkungen zum Sport als Freizeit und Beruf. Frankfurt am Main, S. 134.

würde Fußball die Kommunikation zwischen den sozialen Schichten erleichtern und ermöglichen, sich als Teil eines Kollektivs zu sehen. Vor allem aber wecke Fußball Emotionen (akzeptierte Aggressionen, unerwartete Sensationen, geteilte Euphorie und Melancholie).²⁷⁵ Diese Popularität steigert die Imagewirkung für eine Destination, da Werte des sportlichen Wettstreits auf das Gastgeberland abfärben können. Brasilien ist „das Land des Fußballs“.²⁷⁶ Eine solche Message nimmt man den Brasilianern schnell ab, da sie aufgrund ihrer nationalen Sportgeschichte authentisch und glaubwürdig ist. Hinzu kommt, dass Rio mit dem legendären Maracanã-Stadium ein Wahrzeichen des Landes und des Fußballs gleichermaßen besitzt. Wenn dort am 13. Juli 2014 das Finale²⁷⁷ der WM ausgetragen wird, werden sich diese Bilder mit Sicherheit tief in das Gedächtnis der Fußball-Fans einbrennen. *Smith* spricht in diesem Zusammenhang von der „imageability“²⁷⁸, also der Fähigkeit eines Objekts starke Reaktionen beim Betrachter hervorzurufen.²⁷⁹ Die genannten Imagepunkte sind deshalb so wichtig, da sich bei der Wahl des Reisezielorts, wie in Kapitel 2.5 gezeigt wurde, eine große Austauschbarkeit der Destinationen ergebe. Ein gutes Image ist somit ein klarer Wettbewerbsvorteil.

Es wurde zudem erarbeitet, dass das affektive Image durch die Motivation der Reisenden gebildet wird. Beim Blick auf die **Motive** der Jüngeren (die verstärkt Fernreisen unternehmen, zumeist als Pärchen ohne Kinder, und dabei weniger destinationstreu sind) wird schnell deutlich, warum sich Rio als Urlaubsdestination eignet. Gute Bademöglichkeiten gibt es mit den 16 Stränden der Stadt genug. Zudem locken die nahegelegenen Ausflugsziele wie Búzios oder die Ilha Grande mit ihren Stränden. Das Kriterium „sonniges, warmes Wetter“ ist auch gegeben, vor allem während der Hauptreisezeit der Deutschen. In den Monaten Juli und August fällt der geringste Niederschlag und die Temperaturen sind angenehm warm (zwischen 18,4 und 25,6 Grad Celsius).²⁸⁰ Darüberhinaus sind die Hotels im Juli weniger ausgebucht.²⁸¹ Das hängt damit zusammen, dass die Hauptreisezeit der Brasilianer in den Zeitraum Mitte Dezember bis Ende Februar (also während des brasilianischen Sommers) fällt.²⁸² Den jüngeren Reisenden sind außerdem gute Sportmöglichkeiten und ein breites Unterhaltungsangebot wichtig. Die Tourismuswirtschaft in Rio liefert auch dafür geeignete Aktivitäten. Als Beispiel sei auf die von Menschen geschaffenen Attraktionen aus dem Würfel-Modell verwiesen wie Nightlife oder Action und Sport. Auch für Ältere sind die wichtigsten Motivkriterien erfüllt, sei es in Form von schöner Landschaft (zur Erinnerung: Rio ist Weltkulturerbe in diesem Bereich) oder kulturellen Sehenswürdigkeiten (wie z.B. den Monumenten der Stadt). Die drei wichtigsten Motivbündel aus der Reiseanalyse waren „Entspannen, erholen, frei sein“, „Sonne, Spaß, Menschen, Genuss“ und „Neues erleben“. Auch wenn sich ersteres dabei weniger auf die Destination und ihr Angebot

²⁷⁵ Vgl. Hortleder (1974): S. 134f

²⁷⁶ So nennt *Curi* sein Buch über den Fußball und seine Rolle in der Gesellschaft Brasiliens. Vgl. Curi, Martin (2013): Brasilien. Land des Fußballs. Göttingen

²⁷⁷ Vgl. FIFA (18.01.2012): Estádio do Maracanã - Rio de Janeiro URL: <http://de.fifa.com/worldcup/destination/stadiums/stadium=214/index.html> [Stand: 06.06.2014]

²⁷⁸ *Smith* (2001): S. 135

²⁷⁹ *Bale* sagt in diesem Zusammenhang, dass es nicht die historisch-kulturellen Denkmäler seien, sondern „the flood-lights of the stadium [...] that more often than not act as urban landmarks and points of reference.“ *Bale, John* (1993): Sport, Space and the City. London, zitiert nach *Smith* (2001): S. 135

²⁸⁰ Vgl. World Meteorological Organization (WMO) (05.06.2014): Weather Information for Rio de Janeiro. URL: <http://www.worldweather.org/136/c01080.htm> [Stand: 06.06.2014]

²⁸¹ Vgl. ABIH-RJ/FECOMÉRCIO-RJ (2013): S. 2 [Stand: 01.06.2014]

²⁸² Vgl. Germany Trade & Invest (30.09.2013): Feiertage im Ausland 2014 – Brasilien. URL: <http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/maerkte,did=887090.html> [Stand: 06.06.2014]

bezieht, lassen sich vor allem die beiden anderen Punkte mit Rio in Verbindung bringen. Spaß zu haben und dabei neue Leute kennenzulernen, ist bei den sehr kontaktfreudigen Cariocas nicht schwer.²⁸³ Außerdem lassen sich im Schmelztiegel Rios eine Vielzahl unterschiedlicher kultureller Impressionen und neuartiger Erfahrungen sammeln.²⁸⁴ Im vorangegangenen Unterkapitel wurden zudem die häufigsten Urlaubsaktivitäten der Deutschen aufgelistet. Auch diesen kann man in Rio problemlos nachgehen. So liefert z.B. das umfassende kulinarische Angebot der Stadt genug Möglichkeiten, landestypische Spezialitäten zu probieren (mit 62²⁸⁵ Prozent auf Rang 2 der häufigsten Urlaubsaktivitäten der Deutschen) und der atlantische Ozean vor Rio ermöglicht das Baden im Meer (mit 61²⁸⁶ Prozent auf Rang 3). Auch Ausflüge oder Einkaufsbummel lassen sich durch die zahlreichen Angebote der Tourismuswirtschaft Rios realisieren.²⁸⁷ Rio de Janeiro eignet sich aufgrund der Vielfalt seines touristischen Angebots demnach sowohl für Haupt- als auch für zusätzliche Urlaubsreisen.

Fazit: Unterm Strich lässt sich erkennen, dass die Stadt Rio de Janeiro und der deutsche Reiseurlauber sehr gut zusammenpassen. Legt man dieser Untersuchung die Urlaubertypen nach Freyer zu Grunde, so fällt auf, dass alle fünf von ihnen touristisches Potential in Rio erkennen können.²⁸⁸ So findet der Abenteuerurlauber beispielsweise seinen Kick beim Gleitschirmfliegen oder Zip-Lining. Der Bildungs- und Besichtigungsurlauber stillt seinen Kulturdurst durch Besuchen der natürlichen und vom Mensch geschaffenen Sehenswürdigkeiten. Der Ferne- und flirtorientierte Erlebnisurlauber kommt mit den Bewohnern Rios und den zahlreichen Touristen aus aller Welt in Kontakt, wohingegen der Sonne-, Stand- und Badeurlauber dem Alltagsstress am Strand entflieht. Der Wald- und wanderorientierte Bewegungsurlauber begibt sich in die Nationalparks der Stadt und der Wald- und wettkampforientierte Sporturlauber lässt sich von der Tatsache inspirieren, in der Stadt zu sein, die sowohl die Fußball-Weltmeisterschaft als auch die Olympischen Spiele 2016²⁸⁹ beheimatet, und nutzt das durch diese Events neu entstehende Sportangebot vor Ort. Dass es allerdings nicht ganz so einfach geht, wurde ebenso im Laufe dieses Kapitels deutlich. Schließlich ist die große Säule des Reiseverhaltens der Deutschen die Sicherheit im Zielland. Nun kam es zuletzt im Gastgeberland der WM 2014 vermehrt zu Protesten. Was genau in den letzten zwölf Monaten in Brasilien und Rio de Janeiro passiert ist, soll in Kapitel 3 untersucht werden. Es geht um die Frage, ob und welche Gefahren für deutsche Urlauber bestehen. Zudem muss geklärt werden, ob das Image Rios unter den Protesten gelitten hat. Denn ist den Deutschen die Reise nach Rio zu riskant und das Image zu schlecht, dann könnten sie auf Rio als Alternative im Reiseentscheidungsprozess verzichten und sich trotz des erwiesenermaßen vorhandenen touristischen Potentials der Stadt für andere Alternativen entscheiden.

²⁸³ Vgl. Sommers (2014): S. 239

²⁸⁴ Vgl. Sommers (2014): S. 19

²⁸⁵ Vgl. FUR (2013): S. 89

²⁸⁶ Vgl. FUR (2013): S. 89

²⁸⁷ Zu den häufigsten Urlaubsaktivitäten der Deutschen zählen laut FUR Ausflüge in die Umgebung (Platz 1, 70 Prozent der Nennungen) sowie Geschäfte ansehen und Einkaufsbummel (Platz 4, 60 Prozent). Vgl. FUR (2013): S. 89

²⁸⁸ Vgl. Freyer (2006): S. 91

²⁸⁹ Vgl. Rio 2016: The Olympic Games. URL: <http://www.rio2016.com/en/the-games/olympic/event> [Stand: 06.06.2014]

3 Die Proteste in Brasilien 2013/2014

Das dritte Kapitel erarbeitet eine umfassende Analyse der Ereignisse in Brasilien der letzten zwölf Monate. Dabei muss zunächst zwischen den ursprünglichen Protesten während des Confederations-Cups²⁹⁰ im Juni 2013 und der darauffolgenden Bewegung bis zur Fußball-WM ein Jahr später unterschieden werden. Im ersten Teil wird der Charakter der Demonstrationen untersucht. Wie lässt sich die Bewegung einordnen und welche Gruppen hatten entscheidenden Einfluss auf den Verlauf? Danach sollen die Hintergründe sowie der zeitliche Ablauf durchleuchtet werden. Der zweite Teil beschäftigt sich ganz allgemein mit der Veränderung – zum einen bezogen auf die Proteste, zum anderen auf damit verbundene Imageaspekte Rios und zuletzt auf das deutsche Reiseverhalten. Welche Effekte sind durch die Proteste in der Theorie zu erwarten? Lassen sich diese in der Praxis nachweisen? Eine eigene Erhebung soll bei der Beantwortung dieser Fragen helfen.

3.1 Die Protestwelle zur Zeit des Confed-Cups 2013

3.1.1 Beschreibung der Demonstrationen

Zunächst sollen die Proteste **eingeordnet** und **charakterisiert** werden. Dazu ist zu sagen, dass die Bewegung die größte ihrer Art in Brasilien seit mindestens einer Generation war. In ihrem Ausmaß übertreffe sie laut *Saad-Filho* bei weitem die Demonstrationen im Jahr 1992, als die Abdankung des damaligen Präsidenten Fernando Collor gefordert (und letztlich auch erreicht) wurde.²⁹¹ Ferner sei sie mit den Protesten vergleichbar, welche 1984 das Ende der Militärdiktatur eingeläutet haben.²⁹² Insgesamt nahmen daran bis Ende Juni 2013 mehr als zwei Millionen²⁹³ Brasilianer teil. Allein zur größten Kundgebung am 20. Juni wurde eine Million²⁹⁴ Menschen gezählt. Als der große Unterschied zu den damaligen Bewegungen sind die vielen unterschiedlichen Forderungen der Demonstranten zu nennen. Während bei den zwei historischen Beispielen jeweils ein konkretes Ziel (Abdankung des Präsidenten bzw. direkte Präsidentschaftswahlen) verfolgt wurde, sei die aktuelle Bewegung laut *Saad-Filho* sehr gespalten.²⁹⁵ Auslöser waren Fahrpreiserhöhungen bei Bus und Bahn, welche sich später mit anderen Motiven wie den ausufernden Kosten der Fußball-WM, der unzureichenden Infrastruktur, Kritik am korrupten politischen System, Unzulänglichkeiten im Bildungs- sowie Gesund-

²⁹⁰ Als Generalprobe für die Endrunde der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft dient der FIFA Konföderationen-Pokal (Confederations-Cup, oder kurz Confed-Cup), welcher immer ein Jahr zuvor im Gastgeberland der Endrunde stattfindet. Vgl. FIFA (c): FIFA Konföderationen-Pokal Brasilien 2013. URL: <http://de.fifa.com/confederationscup/index.html> [Stand: 03.06.2014]

²⁹¹ Vgl. Saad-Filho, Alfredo (2013): „Mass Protests under 'Left Neoliberalism': Brazil, June-July 2013“. In: Fasenfest, David (Hg.) (2013): *Critical Sociology*. 39(5), S. 657-669, S. 657.

²⁹² Damals demonstrierten in São Paulo und Rio de Janeiro mehr als eine Million Menschen. Vgl. Saad-Filho (2013): S. 657

²⁹³ Vgl. Stolte, Christina (2014): „Protest statt Begeisterung – Brasilien vor der Weltmeisterschaft“. In: GIGA German Institute of Global and Area Studies (Hg.) (2014): *GIGA Focus*, Nummer 4 2014, Hamburg, S. 2.

²⁹⁴ Vgl. Prada, Paulo/Marcello, Maria C. (20.06.2013): One million march across Brazil in biggest protests yet. URL: <http://www.reuters.com/article/2013/06/21/us-brazil-protests-idUSBRE95J15020130621> [Stand: 12.06.2014]

²⁹⁵ Vgl. Saad-Filho (2013): S. 657

heitswesen sowie der übermäßigen Polizeigewalt mischten.²⁹⁶ Dazu kamen im Laufe der Zeit auch regionale Forderungen oder solche, die sich nur auf kleinere Gruppen bezogen.²⁹⁷ Vor allem das harte Durchgreifen der Polizei wurde zu einem zentralen Merkmal der Proteste. Als nicht weniger charakteristisch bezeichnet *Saad-Filho* die Rolle des Internets. Die Demonstranten hätten sich online über die Ereignisse auf der Straße informiert, Forderungen verbreitet und die Proteste mit Hilfe der sozialen Netzwerke organisiert.²⁹⁸ Letztere hätten sogar dazu geführt, dass sich der Protest zu einer regelrechten Modeerscheinung entwickelt habe, bei der jeder seine ganz eigenen Forderungen vertreten konnte.²⁹⁹ So stellte auch *Mische* fest, dass anfangs vermehrt das Motto „Wir kommen aus Facebook“ (Saimos de Facebook) verwendet worden sei.³⁰⁰ *Saad-Filho* spricht in diesem Zusammenhang gar von einer „Facebookization of protest“³⁰¹. Als weiteres Merkmal der Proteste führt das *GIGA-Institut* an, dass es keine klaren Führer gegeben habe.³⁰² Das kann auch vor dem Hintergrund gesehen werden, dass eine parteipolitische Nutzung der Proteste unerwünscht war. So wurde Parteilichkeit innerhalb der Demonstranten abgelehnt und in einigen Fällen sogar mit Gewalt (durch vermutlich rechtsextreme Aktivisten) bestraft.³⁰³ Dafür gäbe es in den Augen *Misches* mehrere Gründe, allerdings sei der wichtigste von ihnen der allgemein sehr große Politik- und Politikerverdross der Brasilianer.³⁰⁴ Dabei ist die Bewegung, trotz teils gegenteiliger Behauptungen in den Medien, keineswegs parteilos oder gar antiparteiisch gewesen, wie eine Studie von *Winters/Weitz-Shapiro* zeigt.³⁰⁵ So sei der Anteil der Sympathisanten mit der Regierungspartei PT (Partido dos Trabalhadores) unter den Demonstranten zwar geringer als im Rest der Bevölkerung, dies gehe aber nicht automatisch mit einer Unparteilichkeit einher. Schließlich sei unter den Protestlern der Anteil der Personen größer, die sich linksgerichteten Parteien (darunter die PV oder PSOL³⁰⁶) näher fühlten.³⁰⁷ Insgesamt konnten sich im Verlauf der Proteste immer weniger Personen mit einer der etablierten Parteien identifizieren (spürbar vor allem bei der PT und regional überdurchschnittlich stark in São Paulo und Rio de Janeiro).³⁰⁸ Von diesem allgemeinen Rückgang habe aber laut *Winters* und *Weitz-Shapiro* keine Partei profitieren können.³⁰⁹ Insgesamt gab es

²⁹⁶ Vgl. *Saad-Filho* (2013): S. 657f

²⁹⁷ Vgl. Wißmann, Constantin (23.06.2013): Demonstrationen in Brasilien. Protest-Bewegung veröffentlicht fünf Ziele. URL: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2013-06/proteste-brasilien-bewegung>, S. 1. [Stand: 12.06.2014]

²⁹⁸ Vgl. *Saad-Filho* (2013): S. 658

²⁹⁹ Je individueller, antipolitischer oder humorvoller diese Forderungen waren, desto größer sei laut *Saad-Filho* die Chance gewesen, im Laufe der Berichterstattung im Fernsehen zu erscheinen. So bestanden die Plakate der Demonstranten zum Teil aus abstrakten Slogans („Der Riese ist erwacht“), Forderungen ohne Aussagegehalt („Brasilien muss sich jetzt ändern“), leeren Drohungen („Schluss mit Korruption oder wir bringen das Land zum Erliegen“) sowie bizarren Modestatements („Ich will eine Louis-Vuitton-Tasche“) Vgl. *Saad-Filho* (2013): S. 659

³⁰⁰ Vgl. *Mische*, Ann (04.09.2013): „Come to the streets, but without parties“: The challenges of the new Brazilian protests. URL: <http://mobilizingideas.wordpress.com/2013/09/04/come-to-the-streets-but-without-parties-the-challenges-of-the-new-brazilian-protests/> [Stand: 12.06.2014]

³⁰¹ *Saad-Filho* (2013): S. 659

³⁰² Vgl. *Stolte* (2014): S. 7

³⁰³ Vgl. *Mische* (04.09.2013) [Stand: 12.06.2014]

³⁰⁴ So kritisierten nach *Mische* einige das hierarchische Parteiensystem. Andere fühlten sich von keiner der Parteien repräsentiert. Wiederum andere seien der Meinung gewesen, es brauche nur eine einzige Partei, nämlich die des Landes Brasiliens. Vgl. *Mische* (04.09.2013) [Stand: 12.06.2014]

³⁰⁵ Vgl. *Winters*, Matthew S./*Weitz-Shapiro*, Rebecca (2014): „Partisan Protesters and Nonpartisan Protests in Brazil“. In: *Gordin*, Jorge P. (Hg.) (2014): *Journal Of Politics In Latin America*. 6(1), S. 137-150, S. 141.

³⁰⁶ PV steht für die Grüne Partei (Partido Verde) und PSOL für die Sozialismus- und Freiheits-Partei (Partido Socialismo e Liberdade). Vgl. *Winters/Weitz-Shapiro* (2014): S. 140f

³⁰⁷ Vgl. *Winters/Weitz-Shapiro* (2014): S. 140f

³⁰⁸ Vgl. *Winters/Weitz-Shapiro* (2014): S. 143

³⁰⁹ Vgl. *Winters/Weitz-Shapiro* (2014): S. 145

mit drei³¹⁰ Prozent nur einen kleinen Bruchteil an der Gesamtbevölkerung, der nicht über die Proteste Bescheid wusste. Mehr als die Hälfte der Brasilianer hatten von ihnen gehört und die Ereignisse aktiv mit ihren Familien oder Freunden diskutiert.³¹¹ An diesen Zahlen lässt sich deutlich das gesellschaftliche Ausmaß der Demonstrationen ablesen. Zu den Teilnehmern an den Protesten zählt *Saad-Filho* vor allem die Mittelschicht, junge Studenten und Arbeiter sowie zum Teil auch ärmere, regionale Communities.³¹² Insbesondere auf die Rolle der Mittelschicht soll in Kapitel 3.1.2 noch genauer eingegangen werden, wenn es um die Motive der Bewegung geht.

Neben ihr finden sich vier weitere wichtige **Einflussgruppen**, welche im Umfeld der Proteste in den Fokus der Öffentlichkeit rückten. Zum einen war das die Bewegung MPL (Movimento Passe Livre), welche sich für einen kostenlosen Nahverkehr in São Paulo einsetzt und als einer der wichtigsten Initiatoren der Proteste gilt.³¹³ Daneben erhielt der sogenannte Black Bloc eine immer größer werdende Bedeutung. Damit ist keine feste Organisation gemeint. Vielmehr bezeichne der Begriff nach *Grillo* eine Taktik, bei der zumeist junge Männer aus der Mittelschicht als maskiertes, militantes Gegenstück zur Polizei aufträten (und dabei auf Gewalt als Zeichen der Auflehnung gegen das System zurückgriffen).³¹⁴ Dass das Internet entscheidenden Einfluss auf die Demonstrationen hatte, wurde eingangs bereits gesagt. Das Netzwerk NINJA (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação, frei übersetzt unabhängige Berichte, Journalismus und Aktion) ist dabei ein wichtiges Beispiel. Es berichtete über das Geschehen auf der Straße, indem es sich direkt unter die Demonstranten mischte und per Handy oder Digitalkamera Live-Bilder ins Internet streamte (über die Plattform #POSTV³¹⁵).³¹⁶ Seine Mitglieder verstanden sich dabei nach *Krieger/Weise* als demokratische Alternative zu den etablierten Medien des Landes. Schließlich lägen diese in den Händen weniger Medienfamilien und würden zudem aus der Politik beeinflusst.³¹⁷ Daneben diente die Webseite von Anonymous Brasil als Tool zur Verbreitung von Informationen über lokale Proteste, zur öffentlichen Anprangerung von Korruptionsdelikten der Regierung sowie als Plattform, um über soziale Missstände des Landes zu berichten.³¹⁸ Nach eigenen Worten sei Anonymous Brasil wie der Black Bloc keine Organisation, sondern stünde für eine „Idee des Wandels“³¹⁹. Vor allem die MPL und der Black Bloc werden zu einem späteren Zeitpunkt nochmal wichtig, wenn es um den chronologischen Ablauf der Juni-Proteste (Kapitel 3.1.3) bzw. die Radikalisierung der Nachfolgebewegung (Kapitel 3.2.1) geht.

³¹⁰ Vgl. Winters/Weitz-Shapiro (2014): S. 141

³¹¹ Vgl. Winters/Weitz-Shapiro (2014): S. 142

³¹² Vgl. Saad-Filho (2013): S. 659

³¹³ Vgl. Movimento Passe Livre: Apresentação. URL: <http://saopaulo.mpl.org.br/apresentacao/> [Stand: 12.06.2014]

³¹⁴ Vgl. Grillo, Ioan (23.05.2014): Meet the anarchists who plan to go nuts at the World Cup. Brazil's 'Black Bloc' has gained infamy for fighting police. But what is it, really? <http://www.globalpost.com/dispatch/news/regions/americas/brazil/140522/world-cup-anarchist-black-bloc-protesters> [Stand: 12.06.2014]

³¹⁵ Vgl. #POSTV (2014): Hauptseite. URL: <http://www.postv.org/> [Stand: 12.06.2014]

³¹⁶ Vgl. Romero, Simon/Neuman, William (20.06.2013): Sweeping Protests in Brazil Pull In an Array of Grievances. URL: http://www.nytimes.com/2013/06/21/world/americas/brazil-protests.html?pagewanted=1&_r=2 [Stand: 12.06.2014]

³¹⁷ Vgl. Krieger, Renate/Weise, Christina (02.08.2013): Brasiliens Nachrichten von den "Ninjas". URL: <http://www.dw.de/brasiliens-nachrichten-von-den-ninjas/a-16992958> [Stand: 12.06.2014]

³¹⁸ Vgl. Mische (04.09.2013) [Stand: 12.06.2014]

³¹⁹ Anonymous Brasil: Quem somos. URL: <http://www.anonymousbrasil.com/sobre-anonymous/> [Stand: 12.06.2014]

Fazit: Die Proteste in Brasilien haben eine ungekannte Dynamik entfesselt, die innerhalb kürzester Zeit das ganze Land erfasste. Während des Confed-Cups wurde in mehr als hundert Städten demonstriert, was laut *Konrad-Adenauer-Stiftung* letztlich einen enormen Druck auf die Regierung ausgeübt habe.³²⁰ Das ließe sich daran erkennen, mit welcher Geschwindigkeit Präsidentin Dilma Rousseff und der Nationalkongress binnen weniger Tage über Gesetzesinitiativen entschieden haben.³²¹ Vor diesem Hintergrund wurde oftmals vom „erwachenden Riesen“ gesprochen.³²² Dass diese Bezeichnung aber nicht ganz zutreffend sei, zeige *Bartelt* zufolge die Vielzahl von Vorhaben, die schon „seit langem wach und aktiv“³²³ gewesen seien. Zudem erklären *Moseley* und *Leyton* in einer Studie, dass es schon seit längerem Anzeichen in der brasilianischen Bevölkerung gegeben habe für einen Ausbruch von Protesten. So sei zwar die Demonstrationsaktivität der Brasilianer im lateinamerikanischen Vergleich sehr gering,³²⁴ allerdings sei seit langem eine große Unzufriedenheit mit den öffentlichen Leistungen zu spüren und nur ein geringer Rückhalt für das politische System nachzuweisen gewesen.³²⁵ *Moseley/Leyton* sehen vor allem im Internet den entscheidenden Grund für das Aufflammen der Proteste.³²⁶ Durch das Wirtschaftswachstum habe sich der Lebensstandard, die (politische) Bildung und der Zugang zum World-Wide-Web erhöht. Dadurch sei es zu einer neuen politischen Mündigkeit gekommen, die dazu geführt habe, dass sich die Brasilianer vermehrt für Politik interessierten und sich leichter über (soziale) Netzwerke organisieren könnten.³²⁷ *Moseley* und *Layton* verstehen die Proteste deswegen als „more educated and politically active citizenry that is finally taking ownership of their democracy“³²⁸. Abschließend muss explizit darauf hingewiesen werden, dass der Großteil der Demonstrationen friedlich verlief. So sei nach *Mische* die Forderung nach Gewaltverzicht (*sem violência*) genauso groß gewesen wie die nach Unparteilichkeit (*sem partido*).³²⁹ Auch wenn die langfristigen Folgen der Proteste noch nicht absehbar seien, spricht die *Konrad-Adenauer-Stiftung* bereits von einem gesellschaftlichen Wandel mit der Konsequenz, „dass die Brasilianer [...] in Zukunft strenger darauf achten werden, was ihre Volksvertreter tun und wohin ihre Steuergelder fließen.“³³⁰

3.1.2 Analyse der übergeordneten Motive

Es wurde einleitend bereits gesagt, dass bei den Protesten eine Vielzahl unterschiedlicher Forderungen verfolgt wurde. Insgesamt lassen sich diese in vier übergeordneten Kategorien zusammenfassen: den öffentlichen Leistungen (Infrastruktur, Bildung, Gesundheit), der Korruption, der Fußball-WM (Ausgaben, Rolle der FIFA) und der Polizeigewalt. Es gibt aller-

³²⁰ Vgl. Lingenthal, Lukas/Fischer, Lena (05.07.2013): „Der Riese ist aufgewacht“ URL: https://www.kas.de/wf/doc/kas_34922-1522-1-30.pdf?140604165601, S. 6. [Stand: 12.06.2014]

³²¹ Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 6 [Stand: 12.06.2014]

³²² Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 1 [Stand: 12.06.2014]

³²³ Bartelt, Dawid D. (2014a): „Ein Land im Hühnerflug“. In: Inkota-Netzwerk e.V. (Hg.) (2014): *Brasilien vor der WM. Boomland in Schwierigkeiten*. Südlink, 42. Jahrgang/März 2014/Heft 167, Berlin, S. 12-15, S. 14.

³²⁴ Vgl. Moseley, Mason/Layton, Matthew (2013): „Prosperity and Protest in Brazil: The Wave of the Future for Latin America?“. In: Hiskey, Jonathan/Seligson, Mitchell A./Zechmeister, Elizabeth J. (Hg.) (2013): *AmericasBarometer Insights: 2013*. Number 93, S. 1.

³²⁵ Vgl. Moseley/Layton (2013): S. 2f

³²⁶ Vgl. Moseley/Layton (2013): S. 4

³²⁷ Vgl. Moseley/Layton (2013): S. 4

³²⁸ Moseley/Layton (2013): S. 6

³²⁹ Vgl. Mische (04.09.2013) [Stand: 12.06.2014]

³³⁰ Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 6 [Stand: 12.06.2014]

dings auch eine Reihe von übergeordneten Motiven. In Kapitel 2.3 wurde deutlich, dass viele Brasilianer durch das starke Wirtschaftswachstum in der Vergangenheit (und den damit verbundenen Transferzahlungen und Lohnsteigerungen) in die Mittelschicht aufgestiegen sind. Es bildete sich eine neue Mittelschicht heraus, die sogenannte Klasse C.³³¹ Mehr als jeder zweite Brasilianer gehört dazu. Mit heute 108 Millionen³³² Menschen verfüge sie dem *GIGA-Institut* nach über mehr Kaufkraft als Klasse A und B zusammen.³³³ So kam es in den letzten zehn Jahren zu einer Verdoppelung bei der Anzahl der Autos und bei den Zahlen im Flugverkehr.³³⁴ Die Weiterentwicklung der Straßen und Flughäfen dagegen, genauso wie der öffentliche Sektor allgemein, konnte diesem rasanten Wandel nicht folgen. So muss die Infrastruktur heute mit den gleichen Mitteln eine immer größer werdende Menschenmenge bewältigen – bis an die Grenze ihrer Belastbarkeit.³³⁵ Die Behauptung des britischen Wirtschaftsmagazins *The Economist*, es sei die neue Klasse C, die nach jahrelangem Kampf ums Überleben jetzt mit seinen besseren Jobs/Einkommen auch Verbesserungen in anderen sozialen Bereichen fordere³³⁶, ist aber nicht zutreffend. Schließlich komme dem *GIGA-Institut* zufolge die Mehrheit der Demonstranten mit 84³³⁷ Prozent aus den Klassen A und B. Vor allem die Klasse B verspüre eine krasse Verschlechterung ihrer Lebenssituation (z.B. durch Staus oder Wartezeiten beim Arzt).³³⁸ Die etablierte Mittelklasse merke, dass sie ihre privilegierte Stellung in der Gesellschaft verliere und dass andere Gruppen stärker von der Entwicklung Brasiliens profitiert hätten.³³⁹ *Saad-Filho* erklärt, dass sich durch den wirtschaftlichen Abschwung zudem der Handlungsspielraum der Regierung vermindert habe, für merkliche Verbesserungen sorgen zu können.³⁴⁰ Dadurch verstärkte sich die allgemeine Unzufriedenheit zusätzlich. Auch die Tatsache, dass im Vorfeld der sportlichen Großereignisse gerne von einem veränderten Brasilien geredet wurde, habe laut *Bartelt* zum Unmut beigetragen.³⁴¹ Hier passe das Bild, welches die Regierung der Welt kommuniziere und die tägliche erfahrbare Realität der Menschen (mit ihrer Unmenge an Defiziten im sozialen Bereich) nicht mehr zusammen. Bereits seit 2012 waren deshalb kleinere Demonstrationen unterschiedlicher Berufsgruppen zu verzeichnen gewesen (z.B. bei Ärzten, Lehrern oder Polizisten).³⁴² Letztlich fehlte nur noch, diese Teilbewegungen zu einen. Der Verfasser empfiehlt an dieser Stelle einen Blick in Anhang 7, wo vertiefend auf die Hintergründe der anderen Motivgruppen (Korruption, Öffentliche Leistungen, Fußball-WM und Polizeigewalt) eingegangen wird.³⁴³

³³¹ In Brasilien werden die sozialen Schichten je nach Einkommen mit Buchstaben bezeichnet. Die Oberschicht ist Klasse A, die etablierte Mittelschicht Klasse B. Neben der genannten neuen Mittelschicht C gibt es noch die arme Unterschicht D und die ärmste Unterschicht E. Vgl. Stolte (2014): S. 2

³³² Vgl. Stolte (2014): S. 2

³³³ Vgl. Stolte (2014): S. 3

³³⁴ Vgl. Joyce, Helen (28.09.2013): Grounded. URL: <http://www.economist.com/news/special-report/21586667-having-come-tantalisingly-close-taking-brazil-has-stalled-helen-joyce-explains> [Stand: 13.06.2014]

³³⁵ Vgl. Stolte (2014): S. 3

³³⁶ Vgl. Joyce (28.09.2013) [Stand: 13.06.2014]

³³⁷ Klasse A: 29 Prozent, Klasse B: 55 Prozent, Klasse C,D,E: 16 Prozent

Vgl. Inteligência e Pesquisa de Mercado Abril (2013): „O que pensam as ruas“. In: *Veja* (26.06.2013): Os sete dias que mudaram o Brasil. 2327, zitiert nach Stolte (2014): S. 3

³³⁸ Vgl. Stolte (2014): S. 4

³³⁹ Vgl. Saad-Filho (2013): S. 661

³⁴⁰ Vgl. Saad-Filho (2013): S. 663

³⁴¹ Vgl. Bartelt (2014a): S. 13f

³⁴² Vgl. Fraundorfer, Markus (2013): „Protestbewegungen als Motor für Brasiliens Demokratie“. In: *GIGA German Institute of Global and Area Studies* (Hg.) (2013): *GIGA Focus*, Nummer 4 2013, Hamburg, S. 4.

³⁴³ Vgl. S. XXXVIII

3.1.3 Chronologie und Reaktionen

Kapitel 3.1.3 soll nun Aufschluss über die **Entstehung** und **Entwicklung** der Proteste geben. Wie in den beiden vorangegangenen Unterkapiteln bereits geschildert, zeichnete sich die Stimmung in Brasilien bereits durch eine große Unzufriedenheit aus. Der entscheidende Auslöser, der die Protestbewegung schließlich ins Rollen brachte, waren Tarifierhöhungen im öffentlichen Verkehr.³⁴⁴ Danach lassen sich die Juni-Proteste in fünf Phasen gliedern. (1) Als erstes gingen die Menschen am 25. März 2013 in Porto Alegre (im südlichen Bundesstaat Rio Grande do Sul) auf die Straße, um für eine Rücknahme der neuen Fahrpreise zu protestieren – zunächst spontan, später schon organisierter.³⁴⁵ Am 5. April erreichten sie die Rückkehr zu den alten Tarifen, was später als Vorbild für andere Städte und Bundesländer diente.³⁴⁶ Gleichzeitig weiteten sich die Proteste bis zum 16. Mai auf weitere Städte des Landes wie Natal, Manaus oder Goiânia aus.³⁴⁷ (2) Am 24. Mai wurde die Preiserhöhung auch in São Paulo beschlossen. Die MPL forderte daraufhin, die Änderung rückgängig zu machen und startete ihre ersten Aktionen. So organisierte sie eine Mahnwache und es wurden Plakate gegen die neuen Tarife in der Stadt aufgehängt.³⁴⁸ Trotzdem traten am 1. und 2. Juni die Fahrpreisänderungen in Kraft.³⁴⁹ So kam es am 6. und 7. Juni zu den beiden ersten großen Protesten in São Paulo. Die MPL brachte am zweiten Tag ca. 4.000³⁵⁰ Teilnehmer auf die Straße. Während die Polizei mit Tränengas und Gummigeschossen reagierte, bekundete Anonymous Brasil ihre Unterstützung für die Demonstranten.³⁵¹ Vier Tage später fand die dritte große Protestaktion innerhalb einer Woche statt (Ergebnis: 5.000 Teilnehmer, 16 Verhaftungen).³⁵² Erst jetzt begann sich die Öffentlichkeit dafür zu interessieren. Während in anderen Städten wie Salvador oder Florianópolis durch friedliche Demonstrationen eine Rücknahme der Preise erreicht wurde, brauchte es in São Paulo drei, zum Teil von Vandalismus geprägte Protestaktionen, um die Aufmerksamkeit der Regierung, der Gesellschaft und der Medien zu gewinnen.³⁵³ Das Echo war dabei höchst negativ. So verurteilten der Gouverneur *Alckmin* und der Bürgermeister *Haddad*, welche sich zu der Zeit in Paris aufhielten, die Vorgänge als einen untolerierbaren Akt von Störenfrieden.³⁵⁴ Die Tageszeitung

³⁴⁴ Diese bewegen sich landesweit im Bereich von 20 Centavos. Das sind weniger als 10 Eurocent.

Vgl. Segador, Julio (18.06.2013): Der Auslöser sind zehn Cent. URL: <http://www.tagesschau.de/ausland/brasilien-proteste108.html> [Stand: 15.06.2014]

³⁴⁵ Vgl. G1 Rio Grande do Sul (27.03.2014): Protesto por aumento da passagem de Porto Alegre termina em tumulto. URL: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2013/03/grupo-faz-novo-ato-contra-aumento-da-passagem-em-porto-alegre.html> [Stand: 15.06.2014]

³⁴⁶ Vgl. Russau, Christian (04.12.2013): Kurze Chronologie der Juni-Proteste in Brasilien. URL: <http://www.kooperation-brasilien.org/de/themen/menschenrechte-gesellschaft/kurze-chronologie-der-juni-proteste-in-brasilien> [Stand: 15.06.2014]

³⁴⁷ Vgl. Russau (04.12.2013) [Stand: 15.06.2014]

³⁴⁸ Vgl. Russau (04.12.2013) [Stand: 15.06.2014]

³⁴⁹ Vgl. Russau (04.12.2013) [Stand: 15.06.2014]

³⁵⁰ Vgl. Spadoni, Isadora (08.06.2013): Grupo promete novo protesto contra aumento de passagens em SP. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1292012-grupo-promete-novo-protesto-contra-aumento-de-passagens-em-sp.shtml> [Stand: 15.06.2014]

³⁵¹ Vgl. Spadoni (08.06.2013) [Stand: 15.06.2014]

³⁵² Vgl. Rosati, César (12.06.2013): Dez são presos sem direito a fiança após protestos em SP. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1293709-dez-pessoas-sao-presas-sem-direito-a-fianca-apos-protestos-em-sp.shtml> [Stand: 15.06.2014]

³⁵³ Vgl. Wainer, João (25.05.2014): Relembre em 7 atos os protestos que pararam SP em junho de 2013. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2014/05/1458969-relembre-em-7-atos-os-protestos-que-pararam-sp-em-junho-de-2013.shtml> [Stand: 15.06.2014]

³⁵⁴ Vgl. Wainer (25.05.2014) [Stand: 15.06.2014]

Folha de São Paulo forderte einen sofortigen Stopp der Aktionen.³⁵⁵ Allgemein kritisierte die Presse laut *Saad-Filho* die von den Protestierenden verursachten Verkehrsstörungen, die unrealistischen Forderungen und ihren Vandalismus.³⁵⁶ Der 13. Juni markierte allerdings einen entscheidenden Wendepunkt. (3) Bei der vierten großen Kundgebung kommt es zu massiven Übergriffen der Polizei. Viele (unbeteiligte) Personen werden zum Teil schwer verletzt. Auch sieben ausgewiesene Journalisten befinden sich unter den Opfern.³⁵⁷ Als Ergebnis ändert sich der Ton der Berichterstattung um 180 Grad. Aus Kritik wird Unterstützung. *Saad-Filho* bilanziert: „The protesters were now portrayed as expressing the energy of youth and popular rejection of the country's dysfunctional political system.“³⁵⁸ Nach dem Seitenwechsel der großen Medienanstalten und einer Explosion in den sozialen Netzwerken nimmt die Bewegung rasant an Fahrt auf. Der am 15. Juni startende Konföderationen-Pokal gibt zusätzlichen Schwung. An einem Protestzug um das Stadion in Brasília, wo das Eröffnungsspiel stattfindet, beteiligen sich 500 bis 1.000³⁵⁹ Personen. Präsidentin Rousseff und FIFA-Chef Blatter werden während ihrer offiziellen Eröffnungsrede von den Fans ausgebuht.³⁶⁰ (4) Spätestens jetzt hat die Bewegung weltweite Aufmerksamkeit. Auch die im Ausland lebenden Brasilianer zeigen sich solidarisch. So kommt es am 16. Juni zu Protesten in New York, Dublin und Berlin.³⁶¹ Einen Tag darauf sind es bereits 200.000³⁶² Menschen, die in allen großen Städten des Landes (u.a. Porto Alegre, São Paulo, Curitiba, Fortaleza, Belo Horizonte) auf die Straße gehen. Allein in Rio de Janeiro werden 100.000³⁶³ Teilnehmer gezählt. Die dortige Demonstration verläuft zunächst friedlich, jedoch versuchen Randalierer später gewaltsam in das Parlament der Stadt einzudringen. Es werden Molotow-Cocktails geworfen, Autos in Brand gesteckt und Geschäfte sowie Bankfilialen zerstört.³⁶⁴ In Brasília wird das Dach des Kongresses von hunderten Demonstranten belagert.³⁶⁵ Es wird klar, dass es der Bewegung nicht mehr nur um die Fahrpreiserhöhungen geht. Kritik an der viel zu teuren Fußball-WM sowie den sozialen Missständen im Bildungs- und Gesundheitswesen sind allgegenwärtig.³⁶⁶ Drei Tage darauf findet am 20. Juni die größte Demonstration des Landes statt. In etwa 80 Städten beteiligen sich insgesamt mehr als eine Million³⁶⁷ Menschen an den Kundgebungen. In Rio de Janeiro allein sind es 300.000³⁶⁸ Protestierende. Auch wenn es an diesem Tag erneut zu Ausschreitungen kommt, lässt sich die grund-

³⁵⁵ Vgl. Russau (04.12.2013) [Stand: 15.06.2014]

³⁵⁶ Vgl. Saad-Filho (2013): S. 658

³⁵⁷ Vgl. *Folha de São Paulo* (14.06.2013): Manifestação em SP é reprimida com violência pela polícia; veja. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/2013/06/1295010-manifestacao-em-sp-e-reprimida-com-violencia-pela-policia-veja.shtml> [Stand: 15.06.2014]

³⁵⁸ Saad-Filho (2013): S. 658

³⁵⁹ Vgl. Handelsblatt (16.06.2013): Proteste gegen Fußball-WM für Reiche. URL: <http://www.handelsblatt.com/politik/international/confederation-cup-hoehere-fahrpreise-erzuernern-die-menschen/8357180-2.html> [Stand: 15.06.2014]

³⁶⁰ Vgl. Russau (04.12.2013) [Stand: 15.06.2014]

³⁶¹ Vgl. Russau (04.12.2013) [Stand: 15.06.2014]

³⁶² Vgl. Der Spiegel (18.06.2013): Demonstrationen in Brasilien: Hunderttausende protestieren gegen teure Fußball-WM. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/200-000-brasilianer-protestieren-gegen-teure-fussball-wm-a-906276.html> [Stand: 15.06.2014]

³⁶³ Vgl. Der Spiegel (18.06.2013) [Stand: 15.06.2014]

³⁶⁴ Vgl. Der Spiegel (18.06.2013) [Stand: 15.06.2014]

³⁶⁵ Vgl. Der Spiegel (18.06.2013) [Stand: 15.06.2014]

³⁶⁶ Vgl. Lingenthal, Lukas/Zeller, Kathrin/Ryan, Gregory (18.06.2013): Es geht nicht nur um 20 Cent. URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_34757-1522-1-30.pdf?140604165640 [Stand: 15.06.2014]

³⁶⁷ Vgl. Handelsblatt (21.06.2014): Brasilien vor der WM. Friedlicher Protest in Rio artet aus. URL: <http://www.handelsblatt.com/politik/international/brasilien-vor-der-wm-friedlicher-protest-in-rio-artet-aus/8386074.html> [Stand: 15.06.2014]

³⁶⁸ Vgl. Handelsblatt (21.06.2014) [Stand: 15.06.2014]

sätzliche Stimmung als friedlich und ausgelassen beschreiben.³⁶⁹ (5) In den darauffolgenden Tagen und Wochen kommt es zwar zu weiteren vereinzelten Protestaktionen, allerdings erreicht keine mehr die Dimensionen des 20. Juni. So werden zum Finale des Confed-Cups in Rio beispielsweise nur noch etwa 1.000³⁷⁰ Demonstranten gezählt. *Saad-Filho* führt das darauf zurück, dass sich die Protestbewegung zunehmend zersplittert und sich das Spektrum ihrer Forderungen immer weiter zersplittert habe.³⁷¹ Des Weiteren kam aus der Politik eine Vielzahl von Initiativen, welche auf die Forderungen der Protestbewegung eingingen und ihr so den Wind aus den Segeln nahmen, wie im Folgenden deutlich wird.



Abbildung 6: Impressionen einer Demonstration der Juni-Bewegung (Quelle: AFP³⁷²)

Die **Reaktionen** der Polizei und der Presse wurden im Zuge der chronologischen Darstellung der Ereignisse bereits geschildert. Deswegen soll jetzt der Fokus auf die Politik gelegt werden. Es stellt sich die Frage, ob durch die Juni-Proteste konkrete Ergebnisse erreicht werden konnten. Aufgrund der vielen verschiedenen Motive/Interessen und des Fehlens klarer Führungspersönlichkeiten wurde nie ein konkreter Forderungenkatalog übergeben. *Anonymous Brasil* veröffentlichte am 22. Juni inoffiziell fünf Ziele, u.a. die Abdankung des Senatspräsidenten Ronan Calheiros³⁷³, Untersuchungen von Unregelmäßigkeiten bei den WM-Ausgaben und ein

³⁶⁹ Vgl. Handelsblatt (21.06.2014) [Stand: 15.06.2014]

³⁷⁰ Vgl. Panja, Tariq (01.07.2013): Brazil Caps Confederations Cup Marked by Protests With Title. URL: <http://www.bloomberg.com/news/2013-07-01/brazil-caps-confederations-cup-marked-by-protests-with-title.html> [Stand: 15.06.2014]

³⁷¹ Vgl. Saad-Filho (2013): S. 659

³⁷² Vgl. Süddeutsche.de (21.06.2013): Proteste gegen teure Fußball-WM - Der Zorn des jungen Brasiliens. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/proteste-gegen-teure-fussball-wm-der-zorn-des-jungen-brasiliens-1.1699138-6> [Stand: 03.07.2014]

³⁷³ Anhang 7 liefert zur Personalie Ronan Calheiros zusätzliche Informationen. Vgl. XXXVIII

Gesetz, das nicht nur die zivile/administrative, sondern auch die kriminelle Verfolgung von Korruption ermögliche.³⁷⁴ Darüberhinaus wurde die Auflösung des Forums der Privilegierten³⁷⁵ und die Ablehnung des PEC-37 gefordert.³⁷⁶ Letzterer bezeichnet einen Vorschlag zur Verfassungsänderung, der zum Ziel hatte, dem Ministério Público³⁷⁷ das Recht auf strafrechtliche Ermittlungen zu entziehen. Dadurch wäre in Zukunft allein die Polizei für diesen Bereich zuständig gewesen, was für die *Konrad-Adenauer-Stiftung* einen schweren Einschnitt in das Gleichgewicht der Kräfte und die gegenseitige Kontrolle dargestellt hätte. Im Zuge der Proteste wurde dieser Vorschlag letztlich von einer großen Mehrheit des Kongresses abgelehnt.³⁷⁸

Das *GIGA-Institut* spricht gar von „hektischem Aktivismus“³⁷⁹, den Präsidentin Rousseff aufgrund der Proteste entwickelt habe. Während sie sich zunächst mit Stellungnahmen eher zurückgehalten hatte bzw. die Bewegung generell als Signal einer starken Demokratie bezeichnete und den Stimmen der Straße Gehör versprach, musste ihr spätestens nach dem 20. Juni klar werden, dass das den Protestlern allein nicht reichen würde.³⁸⁰ Viele Städte nahmen im Zuge der Demonstrationen vom 17. Juni die Fahrpreiserhöhungen zurück, was laut *Konrad-Adenauer-Stiftung* eine regelrechte „Jetzt erst recht!“-Stimmung ausgelöst habe.³⁸¹ Deswegen lud Rousseff am 24. Juni Vertreter der MPL zum persönlichen Gespräch. Im Anschluss traf sie sich mit ihren Gouverneuren und Oberbürgermeistern der Hauptstädte, um die Forderungen der Protest-Bewegung zu diskutieren.³⁸² Am selben Tag kündigte sie als Ergebnis fünf nationale Pakte an, welche Verbesserungen des Gesundheitswesens, des Bildungssystems, des öffentlichen Verkehrs, der Inflationsbekämpfung und ein Plebiszit zur Politreform beinhalteten.³⁸³ Für das *GIGA-Institut* ein dringend notwendiger Schritt, schließlich sei ihre Zustimmung in der Bevölkerung innerhalb von nur sechs Wochen um 40³⁸⁴ Prozentpunkte (auf 30 Prozent) abgestürzt. Auch im Kampf gegen die Korruption konnten Erfolge erzielt werden. So entschied der Nationalkongress kurzfristig auf eine Erhöhung der Strafen (obwohl die Entscheidung, Korruption als schweres Verbrechen einzustufen, in den Jahren zuvor bereits zweimal abgelehnt worden war).³⁸⁵ In Folge dessen wurde Natan Donadon, zuvor noch durch seine politische Immunität geschützt, zum ersten Abgeordneten nach Diktaturende, der während seiner Amtszeit ins Gefängnis musste.³⁸⁶ Ferner wurden Forderungen nach mehr Ausgaben für Bil-

³⁷⁴ Vgl. Wißmann, Constantin (23.06.2013): Protest-Bewegung veröffentlicht fünf Ziele. URL:

<http://www.zeit.de/politik/ausland/2013-06/proteste-brasilien-bewegung> [Stand: 16.05.2014]

³⁷⁵ Unter dem Forum der Privilegierten versteht man eine gesonderte Institution, welche Kriminalprozesse politischer Persönlichkeiten durchführt. Es stammt aus den Zeiten Brasiliens als portugiesische Kolonie und stellt für viele Protestierende einen Widerspruch zur Verfassung da. Schließlich müssten alle Menschen vor dem Gesetz gleich behandelt werden. Vgl. Wißmann (23.06.2013) [Stand: 16.05.2014]

³⁷⁶ Vgl. Wißmann (23.06.2013) [Stand: 16.05.2014]

³⁷⁷ Das Ministério Público kann als Art unabhängige Staatsanwaltschaft interpretiert werden. Es hatte ganz entscheidenden Einfluss auf den Mensalão-Prozess (siehe Anhang 7), da dieser zu einem wichtigen Teil auf den Ergebnissen des Ministério Público basierte. Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 2 [Stand: 12.06.2014]

³⁷⁸ Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 2 [Stand: 12.06.2014]

³⁷⁹ Fraundorfer (2013): S. 5

³⁸⁰ Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 2 [Stand: 12.06.2014]

³⁸¹ Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 2 [Stand: 12.06.2014]

³⁸² Vgl. Ramalho, Renan (24.06.2013): Dilma recebe MPL, governadores e prefeitos de capitais nesta segunda. URL: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2013/06/dilma-recebe-mpl-governadores-e-prefeitos-de-capitais-nesta-segunda.html> [Stand: 16.06.2014]

³⁸³ Vgl. Fraundorfer (2013): S. 5

³⁸⁴ Vgl. Fraundorfer (2013): S. 5

³⁸⁵ Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 3 [Stand: 12.06.2014]

³⁸⁶ Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 3 [Stand: 12.06.2014]

derung und Gesundheit dahingehend aufgegriffen, dass 75 Prozent bzw. 25 Prozent der Einnahmen aus der Ölförderung des Landes in diese beiden Bereiche fließen sollen.³⁸⁷ Zudem wurden 3.500³⁸⁸ Ärzte aus Kuba zur Unterstützung des Gesundheitssystems angeworben. Einen Teilerfolg gab es außerdem für die, die sich für die Rechte Homosexueller eingesetzt hatten. So wurde ein bereits beschlossener Gesetzesentwurf wieder gekippt, der Schwulen und Lesben im Zuge ihrer „Heilung“ Zugang zu psychologischer Behandlung verschaffen sollte.³⁸⁹ Die wichtigste Ankündigung Rousseffs war allerdings, das politische System des Landes reformieren zu wollen. Dafür stellte sie der Bevölkerung ein Plebiszit in Aussicht und versprach, die Entscheidung des Volkes danach über den Parlamentsweg umzusetzen.³⁹⁰ Diskutiert werden sollen so z.B. die Art des Wahlmodus und der Parteienfinanzierung mit dem Ziel, Korruption und Vetternwirtschaft einzudämmen und den Bürger stärker ins politische Geschehen einzubinden.³⁹¹

Fazit: Auch wenn die Zustimmung zu einem derartigen Volksbegehren unter den Brasilianern mit 73³⁹² Prozent sehr hoch war, ist es mittlerweile ruhig um das Vorhaben geworden.³⁹³ Das *GIGA-Institut* erklärt das damit, dass Rousseff auf der einen Seite zwar auf die Forderungen der Demonstranten eingehen müsse, auf der anderen aber zur Vorsicht gezwungen sei, um ihre Koalitionspartner³⁹⁴ durch zu viele Zugeständnisse nicht zu verschrecken.³⁹⁵ Je niedriger ihre Popularitätswerte, desto unsicherer sei die politische Unterstützung aus anderen Lagern. So gehe die Umsetzung vieler Maßnahmen nur schleppend voran.³⁹⁶ Auch gut gemeinte Vorhaben hatten teilweise nicht den gewünschten Effekt, wie rassistische Äußerungen gegenüber den angeworbenen kubanischen Ärzten zeigen.³⁹⁷ Das *GIGA-Institut* spricht davon, dass sich grundlegende Änderungen auch nicht innerhalb eines Jahres realisieren ließen.³⁹⁸ Es bleibt demnach abzuwarten, wie sich das politische Erbe der Juni-Proteste langfristig niederschlagen wird.

³⁸⁷ Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 4 [Stand: 12.06.2014]

³⁸⁸ Vgl. Stolte (2014): S. 6

³⁸⁹ Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 5 [Stand: 12.06.2014]

³⁹⁰ Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 5 [Stand: 12.06.2014]

³⁹¹ Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 5 [Stand: 12.06.2014]

³⁹² Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 5 [Stand: 12.06.2014]

³⁹³ Vgl. Bartelt, Dawid D. (13.03.2014): Brasilien vor der WM: Ein Land im Hühnerflug? URL:

<http://www.boell.de/de/2014/03/13/brasilien-vor-der-weltmeisterschaft-ein-land-im-huehnerflug> [Stand: 14.06.2014]

³⁹⁴ Rousseff regiert in einer Koalition aus 14 Parteien. Die Opposition wird aus weiteren sieben Parteien gebildet. Vgl. Bartelt (13.03.2014) [Stand: 14.06.2014]

³⁹⁵ Vgl. Fraundorfer (2013): S. 6

³⁹⁶ Vgl. Stolte (2014): S. 6

³⁹⁷ Vgl. Nascimento, Luciano (02.09.2013): Manifestação contra chegada de médicos cubanos teve caráter racista, diz ministra. URL: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2013-09-02/manifestacao-contra-chegada-de-medicos-cubanos-teve-carater-racista-diz-ministra> [Stand: 16.06.2014]

³⁹⁸ Vgl. Stolte (2014): S. 6

3.2 Ist-Aufnahme der Nachfolgebewegung bis zur WM 2014

3.2.1 Verstärkte Radikalisierung und Individualisierung

Veränderung der Proteste

Nach Ende des Confed-Cups wurde zwar weiter demonstriert, jedoch war mit Ausnahme des Generalstreiks am 11. Juli eine drastische Reduzierung der Teilnehmerzahlen zu verzeichnen.³⁹⁹ Vor allem friedliche Demonstranten würden laut *GIGA-Institut* zunehmend zu Hause bleiben, weil Randalierer die ursprünglich friedliche Bewegung für gewaltsame Protestaktionen ausnutzen würden.⁴⁰⁰ Wie allerdings lässt sich diese **Radikalisierung** erklären? Der wirtschaftliche Abschwung ist dabei ein erster wichtiger Grund. Der Nachfragerückgang bei den Rohstoffexporten (vor allem in China) trägt zu einer immer größer werdenden Unsicherheit unter den Brazilianern bei.⁴⁰¹ Die Angst vor einer erneuten Super-Inflation führt dazu, dass die Leute weniger ausgeben, wodurch neben den Exporten auch die zweite Stütze der brasilianischen Wirtschaft wackelt: der Konsum. Zu dieser um sich greifenden Skepsis komme laut *GIGA-Institut* hinzu, dass auf das Hochgefühl, welches nach den ersten Errungenschaften der Protestbewegung entstanden ist, inzwischen eine breite Welle der Enttäuschung gefolgt sei. Die Menschen würden resignieren, weil keine Veränderungen im Land spürbar seien.⁴⁰² Bilder von gewaltsamen Auseinandersetzungen zwischen Black Bloc und Polizei dominierten die Berichterstattung in den letzten Monaten. Auch bei den Medien lässt sich ein erneuter Stimmungswandel erkennen. So stellt die *Heinrich-Böll-Stiftung* eine zunehmende pauschale Kriminalisierung der Protestbewegung fest.⁴⁰³ Als Beispiel für die ausufernde Gewalt wäre der Fall des Santiago Andrade zu nennen. Der Kameramann verstarb, als er am 6. Februar 2014 während eines Protests in Rio de Janeiro von einem Feuerwerkskörper am Kopf getroffen und schwer verletzt wurde.⁴⁰⁴ Der Prozess gegen die beiden vermeintlichen Täter, die aus den Reihen der Demonstranten kommen sollen, ist zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abgeschlossen.⁴⁰⁵ Kurz darauf wurde in Regierungskreisen versucht, das umstrittene Anti-Terror-Gesetz, welches bis zu 30 Jahre Haft für (teilweise unklar definierte) terroristische Akte vorsieht, zu forcieren⁴⁰⁶ – bisher allerdings ohne Ergebnis. Mittlerweile hat sich der radikale Black Bloc zum Feindbild der Politiker und Medien entwickelt. Doch man muss im Zusammenhang mit dem Fall Andrade auch hinterfragen, welchen Anteil die Polizei an der Eskalation der Lage trug. Schließlich feuerte sie selbst Rauchbomben in die Menge und heizte die Stimmung damit zusätzlich an.⁴⁰⁷

³⁹⁹ Vgl. Saad-Filho (2013): S. 660

⁴⁰⁰ Vgl. Stolte (2014): S. 5

⁴⁰¹ Vgl. Stolte (2014): S. 4f

⁴⁰² Vgl. Stolte (2014): S. 5

⁴⁰³ Vgl. Bartelt (13.03.2014) [Stand: 14.06.2014]

⁴⁰⁴ Vgl. Ouchana, Giselle/Lo-Bianco, Alessandro (25.04.2014): Caso Santiago Andrade: juiz nega revogação de prisão dos dois réus. URL: <http://oglobo.globo.com/rio/caso-santiago-andrade-juiz-nega-revogacao-de-prisao-dos-dois-reus-12292043> [Stand: 17.06.2014]

⁴⁰⁵ Vgl. Ouchana/Lo-Bianco (25.04.2014) [Stand: 17.06.2014]

⁴⁰⁶ Vgl. Behn, Andreas (12.02.2014): Wie starb Santiago Andrade? URL: <http://www.taz.de/!132879/> [Stand: 17.06.2014]

⁴⁰⁷ Vgl. Behn (12.02.2014) [Stand: 17.06.2014]

Die Gewaltbereitschaft der Polizei wird in Anhang 7 eingehend untersucht.⁴⁰⁸ Gewalt, Brutalität und Polizei – die drei Begriffe gehören in Brasilien eng zusammen. Ein Großteil der Militärpolizisten (64⁴⁰⁹ Prozent) bemängelt laut einer Studie der *Fundação Getulio Vargas* die unzureichende Vorbereitung auf Massenproteste dieser Art. Häufig greifen sie deswegen auf aggressive Verhaltensmuster zurück, worauf der Black Bloc mit der gleichen Härte zurückschlägt. Nicht selten geraten dabei auch Journalisten zwischen die Fronten, wie das Beispiel des Kameramanns Philipp Barth von der Deutschen Welle zeigt.⁴¹⁰

Etwa zwei Wochen nach dem Fall Andrades kam es in Rio de Janeiro erneut zu Ausschreitungen, diesmal in der Nähe des Touristenzentrums an der Copacabana. Nachdem in der Favela Pavão-Pavãozinho die Leiche eines aus dem Fernsehen bekannten Tänzers gefunden wurde, warfen mehrere Männer Sprengsätze auf die Straßen unweit des Strandes, legten Feuer und lieferten sich Schusswechsel mit der Polizei. Am Ende starb ein Mensch.⁴¹¹ Vor allem die in der Vergangenheit zumeist unbeachteten Favelas würden dem *Spiegel* zufolge das Medieninteresse während der WM nutzen, um auf ihre prekäre Lage aufmerksam zu machen.⁴¹² Dort kam es zwar in der jüngeren Geschichte zu positiven Effekten durch die Befriedungspolitik. So wurden seit 2008 insgesamt 40 UPPs (Unidades de Polícia Pacificadores) in den Favelas installiert, wovon 256 Armutsviertel und 1,5 Millionen Menschen durch räumliche und psychologische Einbindung in die Stadt Rios profitieren.⁴¹³ Auf der anderen Seite stellt das *GIGA-Institut* zuletzt aber auch gehäuft Übergriffe der Befriedungspolizei auf Zivilisten fest. Außerdem würden bereits vertrieben geglaubte Drogenbanden zurückkommen und die Polizisten attackieren.⁴¹⁴ Auch hier müssen sich die positiven Auswirkungen erst auf lange Sicht konsolidieren. Die latente Gefahr, dass die Gewalt aus den Favelas wieder auf die Straßen überschwappt, wird bis dahin also fortbestehen. Das Bild der Protestbewegung hat sich, wie man sehen konnte, in den letzten zwölf Monaten stark geändert. Während der Großteil der damaligen Kundgebungen friedlich verlief, ist heute die Gewaltbereitschaft um ein Gutes höher. Dabei ergab eine Erhebung des brasilianischen Meinungsforschungsinstituts *Datafolha*, dass 95⁴¹⁵ Prozent der Bevölkerung Rios gegen die Proteste des Black Blocs sind. Neun von zehn Cariocas sind gegen die Zerstörung von Bankfilialen, Geschäften oder öffentlichen Gebäuden.⁴¹⁶ Ein überwiegender Großteil spricht sich zudem dagegen aus, dass Hämmer oder Feuerwerkskörper zu Kundgebungen mitgenommen würden.⁴¹⁷ Auch sollten Gesichter während der Demonstrationen unverdeckt bleiben.

⁴⁰⁸ Vgl. S. XXXVIII

⁴⁰⁹ Vgl. Fundação Getulio Vargas Diretoria de Análise de Políticas Públicas (2014): A polícia e os "black blocs". A percepção dos policiais sobre junho de 2013. Versão Preliminar, Rio de Janeiro, S. 16.

⁴¹⁰ Philipp Barth wurde am 5. Juni von Polizisten angegriffen, als er Bilder von Protesten in Rio de Janeiro schießen wollte. Sie beschimpften ihn und zerstörten seine Kamera. Für ihn ist sicher, dass die Polizei absolut überreagiert habe. Vgl. Prange, Astrid (07.02.2014): Rios Polizei auf Konfrontationskurs. URL: <http://www.dw.de/rios-polizei-auf-konfrontationskurs/a-17418050> [Stand: 17.06.2014]

⁴¹¹ Vgl. Zeit Online (23.04.2014): Krawalle nach Tod eines bekannten Tänzers. URL: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2014-04/brasilien-rio-de-janeiro-ausschreitungen> [Stand: 17.06.2014]

⁴¹² Vgl. Glüsing, Jens/Großekathöfer, Maik (2014): „Jagd auf weiße Elefanten“. In: Augstein, Rudolf (Hg.) (2014): Brasilien vor der WM. Boomland in Schwierigkeiten. Der Spiegel, Nr. 20 / 12.05.2014, Hamburg, S. 80-83, S. 83.

⁴¹³ Vgl. Stolte (2014): S. 5

⁴¹⁴ Vgl. Stolte (2014): S. 5

⁴¹⁵ Vgl. Datafolha (13.02.2014/14.02.2014): Protestos no Rio de Janeiro. URL: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/02/17/protestos-no-rio-de-janeiro.pdf>, S. 19. [Stand: 17.06.2014]

⁴¹⁶ Vgl. Datafolha (13.02.2014/14.02.2014): S. 3 [Stand: 17.06.2014]

⁴¹⁷ Vgl. Datafolha (13.02.2014/14.02.2014): S. 3 [Stand: 17.06.2014]



Abbildung 7: Frontalaufnahme von Mitgliedern des Black Blocs (Quelle: APA/EPA⁴¹⁸)

Neben der Zunahme von Gewalt lässt sich ein weiterer Trend erkennen. Die Proteste werden heute nicht mehr von einem breiten, einenden Gefühl der Unzufriedenheit getragen, sondern von konkreten, individuellen Zielsetzungen. So ist es heute weniger die breite Masse, die gemeinsam auf die Straße geht, sondern kleine Interessensgruppen, die sich für die Verbesserung ihrer jeweiligen Lage einsetzen. Als Beispiele für diese **Individualisierung** sind die Streiks einzelner Berufsgruppen oder die Aktionen der Obdachlosenbewegung zu nennen. So hatten die Lehrer in Rio de Janeiro bereits im Jahr 2013 ihre Arbeit für 78 Tage niedergelegt, um für bessere Arbeitskonditionen und Lohnerhöhungen zu protestieren.⁴¹⁹ Dabei wurden sogar kurzzeitig die Räumlichkeiten des Stadtrats besetzt.⁴²⁰ Weil die erhofften Leistungen nicht umgesetzt wurden, beschloss man im Mai dieses Jahres erneute Streiks.⁴²¹ Neben den Lehrern suchen auch die Angestellten der öffentlichen Verkehrsdienste den Arbeitskampf im Vorfeld der WM. Nicht nur in São Paulo, sondern auch in Rio de Janeiro wurden entsprechende Maßnahmen beschlossen.⁴²² Denn sie befinden sich derzeit in einer optimalen Verhandlungsposition, schließlich sind die Austragungsstädte mit Hinblick auf die zu erwartenden Touristen-

⁴¹⁸ Auf den Plakaten ist links der Leitspruch der Bewegung „Es wird keine WM geben“ zu lesen und rechts die Aussage „Mir gefällt das Chaos“. Vgl. Kurier.at (30.04.2014): Tränengas und Steine: Demo gegen WM eskaliert. URL: <http://kurier.at/politik/weltchronik/tranengas-und-steine-demo-gegen-wm-eskaliert/63.123.931/slideshow> [Stand: 03.07.2014]

⁴¹⁹ Vgl. Folha de São Paulo (07.05.2014): Após 6 meses, professores municipais e estaduais retomam greve no Rio. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/educacao/2014/05/1450987-apos-6-meses-professores-municipais-e-estaduais-retomam-greve-no-rio.shtml> [Stand: 17.06.2014]

⁴²⁰ Vgl. Leite, Liana (26.09.2013): Professores invadem Câmara de Vereadores do Rio. URL: <http://www.estadao.com.br/noticias/geral,professores-invadem-camara-de-vereadores-do-rio,1079123> [Stand: 17.06.2014]

⁴²¹ Vgl. Folha de São Paulo (07.05.2014) [Stand: 17.06.2014]

⁴²² Vgl. Mattos, Rodrigo/Segalla, Vinícius (10.06.2014): A dois dias da Copa, veja quais são as maiores ameaças ao sucesso do evento. URL: <http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/06/10/a-dois-dias-da-copa-veja-quais-sao-as-maiores-ameacas-ao-sucesso-da-copa.htm> [Stand: 17.06.2014]

ströme mehr denn je auf ein funktionierendes Nahverkehrssystem angewiesen. Des Weiteren kündigten in Recife Krankenschwestern Streiks an, in Porto Alegre verringerten Schulen und Krankenhäuser ihren Leistungsumfang und in Cuiabá drohen Polizisten der Militärpolizei mit einem (eigentlich illegalen) Arbeitsausstand während der Fußballweltmeisterschaft.⁴²³ In Manaus verringerten die Zivilpolizisten ihre Tätigkeiten auf unter ein Drittel des gewohnten Pensums.⁴²⁴ Was das Problem zusätzlich verstärkt, ist die Tatsache, dass den Gewerkschaften die Fähigkeit zur Führung ihrer Arbeiter abhanden gekommen zu sein scheint. So konnten sie in São Paulo und Rio de Janeiro zwar bessere Tarife für ihre Busfahrer aushandeln, allerdings hielten sich die Busfahrer im Anschluss nicht an die neuen Vereinbarungen. Sie entschieden sich kurzerhand, ihre Streiks einfach fortzusetzen.⁴²⁵ Insgesamt zählt das brasilianische Nachrichtenmagazin *Veja* im Vorfeld der WM 40 Streikbewegungen in 23 verschiedenen Städten.⁴²⁶ Die Wut entlud sich in Rio de Janeiro in der Form, dass Randalierer 467 Busse anzündeten und damit einen Schaden von etwa zwei Millionen⁴²⁷ Brasilianischer Reals verursachten. Ein weiteres Beispiel für individuelle Protestaktionen ist die Belagerungstaktik der Obdachlosenbewegung. Sie hatte ein Gelände in der Nähe des WM-Stadions in São Paulo besetzt und erreichte dadurch kurz vor Beginn der Weltmeisterschaft die Zusage der Regierung, dort Häuser errichten zu dürfen, sofern sie auf weitere Protestaktionen verzichten würde.⁴²⁸

Fazit: Von der friedlichen Stimmung der Juni-Proteste ist in Brasilien ein Jahr später wenig zu spüren. Zwar ist nach Angaben des brasilianischen Meinungsforschungsinstituts *Datafolha* immer noch mehr als die Hälfte der Brasilianer der Protestbewegung positiv geneigt, allerdings sind die Zustimmungsraten seit Monaten rückläufig.⁴²⁹ Dies lässt sich so interpretieren, dass sich der Großteil der Bevölkerung nicht mehr mit den Protesten identifizieren kann, weil radikale Gruppen allein auf Gewalt setzen und keinerlei Raum für konstruktiven Dialog lassen. Drei von vier Bürgern São Paulos glauben mittlerweile, dass die Proteste in ihrer jetzigen Form mehr Schaden als positive Effekte verursachen würden.⁴³⁰ Dass sich an der Gewalttaktik des Black Blocs so schnell nichts ändern wird, zeigen seine Ankündigungen, das Land während der WM ins „Chaos“ stürzen zu wollen.⁴³¹ Dabei seien sie auch bereit, mit dem ersten Kommando der

⁴²³ Vgl. Mattos/Segalla (10.06.2014) [Stand: 17.06.2014]

⁴²⁴ Vgl. Mattos/Segalla (10.06.2014) [Stand: 17.06.2014]

⁴²⁵ Vgl. Zylberkan, Mariana/Oliveira, Pâmela/Haidar, Daniel (01.06.2014): O país da Copa está em greve. URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/o-pais-da-copa-esta-em-greve> [Stand: 17.06.2014]

⁴²⁶ Vgl. Zylberkan/Oliveira/Haidar (01.06.2014) [Stand: 17.06.2014]

⁴²⁷ Vgl. Costa, Célia/Ouchana, Giselle/D'Ercole, Ronaldo/Schmidt, Selma/Mendes, Taís (08.05.2014): Depredação de 467 ônibus durante greve gera prejuízo de R\$ 2 milhões. URL: <http://oglobo.globo.com/rio/depredacao-de-467-onibus-durante-greve-gera-prejuizo-de-2-milhoes-12417531> [Stand: 17.06.2014]

⁴²⁸ Vgl. Tagesschau (11.06.2014): Kurz vor Start der Fußball-WM in Brasilien. Obdachlosenbewegung sagt Proteste ab. URL: <http://www.tagesschau.de/ausland/brasilien-114.html> [Stand: 17.06.2014]

⁴²⁹ *Datafolha* führt an, dass Ende Juni 2013 noch 81 Prozent der Brasilianer eine positive Meinung der Proteste vertraten, sich ihr Anteil aber bis Ende August bereits auf 77 Prozent verringerte. Im Februar 2014 waren nur noch 52 Prozent der Befragten positiv gestimmt. Die Ablehnung der Proteste stieg dabei in den genannten Zeiträumen von 15 Prozent auf 18 Prozent und zuletzt auf 52 Prozent. Vgl. Datafolha (19.02.2014/20.02.2014): Opinião sobre protestos e Copa do Mundo. URL: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/02/24/opinio-sobre-protestos-e-copa-do-mundo.pdf>, S. 2. [Stand: 17.06.2014]

⁴³⁰ Vgl. Datafolha (20.05.2014): Termômetro Paulistano – Protestos e Copa do Mundo. URL: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/05/23/copa-e-protestos-site.pdf>, S. 3. [Stand: 17.06.2014]

⁴³¹ Vgl. *Veja* (01.06.2014): Black blocs prometem caos na Copa com ajuda do PCC. URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/black-blocs-prometem-caos-na-copa-com-ajuda-do-pcc> [Stand: 17.06.2014]

Hauptstadt PCC⁴³² (Primeiro Comando da Capital) zusammenzuarbeiten, einer der bekanntesten kriminellen Vereinigungen São Paulos.⁴³³ Als Gegentrend lässt sich allerdings feststellen, dass sich die negative Stimmung gegenüber der Fußball-WM nicht weiter ausbreitet. Im Februar hatte eine *Veja*-Umfrage noch ergeben, dass neun von zehn Brasilianern der Ansicht seien, die WM würde negative Imageeffekte für das Land nach sich ziehen.⁴³⁴ Zwar sei laut *Datafolha* kurz vor Anpfiff fast immer noch jeder Zweite gegen das Turnier im eigenen Land, jedoch seien diese Zahlen seit Monaten stabil.⁴³⁵ Das Motto der Protestbewegung „Não vai ter copa!“ (Es wird keine WM geben)⁴³⁶ scheint sich in den letzten Wochen zunehmend selbst zu relativieren. Die Wirtschaftszeitschrift *Exame* und das Marktforschungsinstitut *QualiBest* bestätigen diesen Trend in einer Umfrage. Demnach sei mittlerweile knapp ein Drittel der Bevölkerung der Meinung, die Brasilianer sollten aufhören sich zu beschweren und die WM genießen.⁴³⁷ Eine genaue Vorhersage, wie sich die Proteste während der Weltmeisterschaft entwickeln werden, bleibt schwierig. Dass es zu einzelnen Aktionen kommen wird, ist nahezu sicher. Die Frage stellt sich letztlich nach dem Ausmaß der Bewegung. Es ist noch nicht abzusehen, wie viele Menschen sich an Protesten beteiligen werden und wie hoch der Grad der Gewaltbereitschaft liegen wird. Allerdings lassen sich jetzt schon folgende Risiken für deutsche Rio-Reisende ableiten.

Gefahrenpotential für Touristen während der WM

Für deutsche WM-Touristen in Rio ergibt sich eine Reihe von Faktoren, die ein latentes Gefahrenpotential darstellen. Diese lassen sich in vier Gruppen einteilen: (1) das Abschneiden der brasilianischen Nationalmannschaft, (2) gezielte Protestaktionen zur Störung des WM-Betriebs, (3) Streiks sowie (4) Gewalt gegenüber Ausländern. Sollte die Seleção, die Nationalelf Brasiliens, frühzeitig aus dem Turnier **ausscheiden**, so wird sich die Stimmung im Land rapide verschlechtern. Für viele Brasilianer zählt nichts anderes als die „Hexa“, der sechste Weltmeistertitel.⁴³⁸ Sie wäre ein wichtiger Schritt, das „Maracanaço“, die Niederlage im Finale der WM 1950 im eigenen Land gegen Uruguay, vergessen zu machen. Die Erwartungen sind riesig. Sollten sie nicht erfüllt werden, droht sich der Unmut nicht wie damals in kollektiver Trauer, sondern in Form erneuter Ausschreitungen auf der Straße zu entladen. Daneben könnten Aktionen der Demonstranten gezielt darauf ausgerichtet sein, den organisatorischen Ablauf der WM zu **stören**. Unlängst berichtete der *Spiegel* in seiner Ausgabe zur Weltmeisterschaft über die Pläne des Volkskomitees der WM (Comitê Popular da Copa), einer WM-kritischen Organi-

⁴³² Gezielte verbrecherische Aktionen der PCC führten im Jahr 2006 zu einem tagelangen Stillstand der Stadt São Paulo und zu mehr als 200 Toten. Vgl. Hanson, Stephanie (26.09.2006): Brazil's Powerful Prison Gang. URL: <http://www.cfr.org/brazil/brazils-powerful-prison-gang/p11542> [Stand: 17.06.2014]

⁴³³ Vgl. *Veja* (01.06.2014) [Stand: 17.06.2014]

⁴³⁴ Vgl. Lepiani, Giancarlo (23.02.2013): Para 9 entre 10 torcedores, Copa deixará imagem negativa. URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/para-9-entre-10-torcedores-copa-deixara-imagem-negativa> [Stand: 17.06.2014]

⁴³⁵ Vgl. *Datafolha* (03.06.2014-05.06.2014): Copa do Mundo. URL:

<http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/06/10/copa-do-mundo-versao-para-o-site.pdf>, S. 2. [Stand: 17.06.2014]

⁴³⁶ Vgl. Glüsing/Großekathöfer (2014): S. 80

⁴³⁷ Vgl. Prates, Marco (07.05.2014): Aproveitem a Copa e não reclamem, dizem 31% dos brasileiros. URL: <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/aproveitem-a-copa-e-nao-reclamem-dizem-31-dos-brasileiros> [Stand: 17.06.2014]

⁴³⁸ Vgl. *Sportschau* (12.06.2014): Vor dem WM-Auftakt. Mission "Hexa" - Für Brasilien ist der Titel Pflicht. URL: <http://www.sportschau.de/fifawm2014/nachrichten/brasilien-vor-dem-wm-auftakt100.html> [Stand: 18.06.2014]

sation, die sich zum Beispiel gegen die Privatisierung des Maracanã-Stadions in Rio einsetzt.⁴³⁹ Diese wolle eine Demonstration pro Spiel organisieren, d.h. insgesamt 64 im Zeitraum der WM. Das große Ziel sei es, mindestens eine Partie zu verhindern (z.B. durch das Blockieren der Zufahrtswege zu den Stadien).⁴⁴⁰ 16 Tage vor Turnierstart gelang es einer Gruppe bereits, den Mannschaftsbus der Seleção an seiner Weiterfahrt ins WM-Quartier in der Nähe von Rio de Janeiro zu stoppen.⁴⁴¹ Auch **Streiks** bergen die Gefahr, den Ablauf der Weltmeisterschaft und die allgemeine Sicherheitslage aus dem Gleichgewicht zu bringen. Als beispielsweise die Polizei in Salvador, Hauptstadt des Bundesstaats Bahia, ihre Arbeit für zwei Tage aussetzte, wurden in diesem Zeitraum 39⁴⁴² Menschen getötet. Das ist vor allem für die deutschen Fans vor Ort relevant, da die Mannschaft um Bundestrainer Joachim Löw ihre Gruppenspiele ausschließlich im Norden bestreitet (Salvador, Fortaleza, Recife).⁴⁴³ In São Paulo forderte Bürgermeister *Fernando Haddad* zudem sechs Feiertage an den Spieltagen der Stadt, um einem Kollaps des öffentlichen Verkehrssystems vorzubeugen.⁴⁴⁴ Vor allem São Paulo war im Vorfeld der WM durch Streiks im Nahverkehr negativ in die Schlagzeilen gekommen.⁴⁴⁵ Dass dieses Risiko noch nicht gebannt ist, zeigen die Ankündigungen der Flughafenmitarbeiter in Rio, ebenfalls ihren Arbeitsumfang reduzieren zu wollen.⁴⁴⁶ Ein weiteres Risiko besteht in der **Gewalt** gegenüber ausländischen Touristen. Auch wenn sich die genannten Aktionen bisher nicht gegen das internationale Publikum gerichtet haben, besteht dennoch die Gefahr, zwischen die Fronten zu geraten. Vor diesem Hintergrund tut die brasilianische Regierung alles, um die Sicherheit während des Turniers zu gewährleisten. So stehen allein in Rio 10.000⁴⁴⁷ Polizisten ausschließlich für die Abwehr von Demonstranten zur Verfügung. Die Führung dieser „Riot Force“ wurde Major André Batista übertragen, der normalerweise stellvertretender Kommandant des BOPE (Batalhão de Operações Policiais Especiais) ist, der brutal-kompromisslosen Spezialeinheit, welche sonst Gefängnisaufläufe oder Drogenkartelle in den Favelas zerschlägt.⁴⁴⁸ Es lässt sich daher erahnen, mit welcher Härte die Polizei auf neue Protestaktionen reagieren könnte. Die brasilianische Wochenzeitschrift *Veja* beziffert die Ausgaben im Bereich Sicherheit auf insgesamt 1,9 Milliarden⁴⁴⁹ Euro. Allein das Nationale Kontrollzentrum in Rio de Janeiro soll 200 Millionen Euro gekostet haben. Dort werden auf 9.000 Quadratmetern mehr als 1.000 Menschen beschäftigt, welche in Echtzeit die Vorgänge im Stadtgebiet auswerten. So lassen sich die Einsätze von

⁴³⁹ Vgl. Glüsing/Großekathöfer (2014): S. 81

⁴⁴⁰ Vgl. Glüsing/Großekathöfer (2014): S. 81f

⁴⁴¹ Vgl. Lutteroth, Jule (27.05.2014): Proteste gegen Seleção: Demonstranten blockieren Bus von Brasiliens WM-Team. Vgl. <http://www.spiegel.de/panorama/wm-in-brasilien-demonstranten-halten-mannschaftsbus-der-sele-ao-auf-a-971887.html> [Stand: 18.06.2014]

⁴⁴² Vgl. Tagesschau (18.04.2014): 39 Tote bei zweitägigem Polizeistreik. URL: <http://www.tagesschau.de/ausland/brasilien-tote100.html> [Stand: 18.06.2014]

⁴⁴³ Vgl. FIFA (2014): Spiele. Gruppenphase. URL: <http://de.fifa.com/worldcup/matches/> [Stand: 18.06.2014]

⁴⁴⁴ Vgl. Zanchetta, Diego/do Valle, Caio (24.04.2014): Haddad quer feriado nos seis dias de jogos em SP. URL: <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/haddad-quer-feriado-nos-seis-dias-de-jogos-em-sp> [Stand: 18.06.2014]

⁴⁴⁵ Vgl. Licon Gomez, Adriana/Goodman, Joshua (11.06.2014): Brazil Averts Subway Strike on Eve of World Cup. URL: <http://abcnews.go.com/Sports/wireStory/subway-strike-suspended-sao-paulo-hit-rio-24082210> [Stand: 18.06.2014]

⁴⁴⁶ Vgl. Licon Gomez/Goodman (11.06.2014) [Stand: 18.06.2014]

⁴⁴⁷ Vgl. Glüsing/Großekathöfer (2014): S. 83

⁴⁴⁸ Vgl. Glüsing/Großekathöfer (2014): S. 83

⁴⁴⁹ Vgl. Kanno, Mario (2014): O mundial e as despesas do governo. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/infograficos/2014/05/82605-o-mundial-e-as-despesas-do-governo.shtml> [Stand: 14.06.2014]

Polizei, Ambulanz und Feuerwehr zentral koordinieren.⁴⁵⁰ Insgesamt sollen 150.000⁴⁵¹ Beamte die Sicherheit in ganz Brasilien garantieren.

Fazit: Aus der angespannten Stimmungslage ergeben sich unterschiedliche Risikoherde für die deutschen WM-Touristen. Vor allem im Endspielort Rio de Janeiro konnte man in den letzten Wochen nicht gerade von einer Beruhigung der Lage sprechen. Da die Probleme der Stadt mit Anpfiff des Eröffnungsspiels in São Paulo nicht gelöst sein werden, wird ihr Gefahrenpotential bestehen bleiben. Für alle Beteiligten steht viel auf dem Spiel. Sollte die WM durch größere Ausschreitungen, Proteste, Streiks oder Übergriffe auf ausländische Gäste gezeichnet sein, dann riskiert nicht nur die brasilianische Regierung enorme Imageverluste. Auch die FIFA könnte Schäden an ihrem wertvollsten Produkt, der Fußball-WM, davontragen. Sponsoren müssten ihre hohen Werbeausgaben für ein geflopptes Mega-Event rechtfertigen und die Städte, die sich davor noch in einem teuren Bieterwettstreit die Austragungsrechte sicherten, könnten dann im Grunde nur noch auf negative Effekte durch das Großereignis verweisen. Die WM in Brasilien ist, wie das Nationalteam des Landes, buchstäblich zum Erfolg verdammt. Wie man als Rio-Urlauber auf diese gespannte Ausgangslage am besten reagiert, zeigt das Kapitel 4.1.

3.2.2 Auswirkungen auf das Image Rios und die deutschen Reisenden

Welche Effekte durch die Proteste in der Theorie zu erwarten sind, soll im Folgenden untersucht werden. Das zweite Kapitel hat gezeigt, dass Rio ein interessantes Ziel ist für deutsche Touristen. Schließlich können dort alle fünf Urlaubstypen nach Freyer für sie passende Attraktionen vorfinden. Rio de Janeiro ist demnach eine potentielle Option im Reiseentscheidungsprozess der Deutschen. Es weist ein touristisches Angebot auf, welches sich für die Erfüllung der Bedürfnisse und Reisemotive einer breiten deutschen Zielgruppe eignet. Dadurch wird das affektive Image der Stadt positiv beeinflusst. Der Sicherheit kommt im Rahmen des Entscheidungsprozesses allerdings eine intervenierende Funktion zu. Die *Stiftung für Zukunftsfragen* erklärt, die Sicherheit müsse in einer Destination gewährleistet sein, um überhaupt Besucher aus Deutschland anziehen zu können.⁴⁵² Wenn nicht, würde sich ein gleicher Trend wie z.B. in Ägypten ergeben. Dort hatten politische Unruhen, negative Medienberichte und ständige Reisewarnungen einen nachhaltigen Imageschaden bewirkt, welcher sich in einem erheblichen Rückgang der Besucherzahlen niederschlug.⁴⁵³ Im Laufe von Kapitel 3 wurde deutlich, dass auch die Meldungen aus Brasilien innerhalb der letzten zwölf Monate zum Großteil problematisch waren. Massendemonstrationen, Ausschreitungen, Vandalismus – die Bilder der brasilianischen Protestbewegung gingen um die Welt und waren auch in Deutschland spürbar. So versammelten sich in mehreren deutschen Städten brasilianische Mitbürger zu Solidaritätsbekundungen mit ihren Landsmännern zu Hause.⁴⁵⁴ Der *Spiegel* überschrieb seine Ausgabe zur

⁴⁵⁰ Vgl. Reese, Jonas (02.03.2014): Fußball-WM 2014. Sicherheitsnetz für Brasilien. URL: http://www.deutschlandfunk.de/fussball-wm-2014-sicherheitsnetz-fuer-brasilien.1346.de.html?dram:article_id=278919 [Stand: 18.06.2014]

⁴⁵¹ Vgl. Reese (02.03.2014) [Stand: 18.06.2014]

⁴⁵² Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 23

⁴⁵³ Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): S. 23

⁴⁵⁴ Vgl. Russau (04.12.2013) [Stand: 15.06.2014]

WM mit dem Titel „Tod und Spiele. Brasilien vor der Fußball-WM“⁴⁵⁵. Darüberhinaus warnt das *Auswärtige Amt* schon seit langem vor Streiks, Demonstrationen und der hohen Kriminalität des Landes.⁴⁵⁶ Das ist aus Imagesicht problematisch, denn vor allem den autonomen Quellen (also der unabhängigen Berichterstattung über die Destination) kommt eine besondere Rolle für die Imagebildung zu. Da der Großteil der Fernreisenden – das hat die Betrachtung der Sinus-Milieus gezeigt – verstärkt online unterwegs ist und sich durch eine hohe Multimedia-Kompetenz auszeichnet, kann eine negative Berichterstattung sehr schnell unerwünschte Imageeffekte nach sich ziehen. Denn laut der *Stiftung für Zukunftsfragen* sei es vor allem die Fernreisezielgruppe der Jüngeren, der Paare und der besser Gebildeten, die ein verstärktes mediales Interesse aufweise.⁴⁵⁷ Sie beschäftigen sich mehr mit Medien, nehmen dadurch mehr Informationen auf und greifen dabei auf eine größere Auswahl unterschiedlicher Quellen zurück. Der kognitive Imagebildungsprozess verstärkt sich – zumeist negativ, wenn auch das Gros der Nachrichten und Meldungen negativ ist. Es lässt sich ergo davon ausgehen, dass die Deutschen, welche eine Reise nach Rio ernsthaft in Betracht ziehen, Bescheid wissen über das Risiko vor Ort. Dieses Wissen könnte sie in ihrer Reiseentscheidung negativ beeinflussen. Bezüglich einer Reise nach Rio muss der deutsche Urlauber also die Vorteile, die sich vor allem aus dem affektiven Image ergeben, mit den Nachteilen, die hauptsächlich aus der kognitiven Imagekomponente stammen, gegeneinander abwägen. Die soziodemographischen und psychologischen Faktoren helfen der Person, die beiden Bestandteile zu interpretieren und ein (entweder eher positives oder eher negatives) Gesamtimage zu bilden. Da es sich dabei um komplexe Merkmale eines Individuums handelt, sind die Aussagen in diesem Unterkapitel weniger als unumstößliche, allgemeingültige Vorhersagen zu verstehen, sondern als begründete Hinweise auf zukünftige Entwicklungen.

An dieser Stelle muss die Frage beantwortet werden, welche Imageaspekte normalerweise mit der Stadt Rio de Janeiro verknüpft werden. Dabei soll stellvertretend auf Imageanalysen zu ganz Brasilien zurückgegriffen werden, da dem Verfasser keine spezifische Betrachtung Rios bekannt ist. Wenn man allerdings berücksichtigt, dass 2011 fast 60⁴⁵⁸ Prozent der deutschen Brasilienreisen nach Rio gingen, kann man davon ausgehen, dass eine gewisse Deckungsgleichheit der beiden Destinationsimages beim deutschen Publikum besteht. Laut einer Studie im *Journal of Vacation Marketing* denke fast jeder fünfte Amerikaner bei Brasilien zuerst an Rio und für nahezu jeden Dritten sei Rio de Janeiro die wichtigste Attraktion des Landes.⁴⁵⁹ Nimmt man zu diesen 31,3 Prozent die ca. 40 Prozent der Nennungen hinzu, die allein auf Attraktionen Rios entfallen (wie Christus-Statue oder Zuckerhut),⁴⁶⁰ dann erkennt man, dass die Wahrnehmung der beiden Destinationen Rio de Janeiro und Brasilien, zumindest in den USA, miteinander verschmilzt. Mit Brasilien verbindet man im Ausland laut *Bignami* fünf unterschiedliche Kategorien. Brasilien sei demnach ein Paradies mit einer wilden, unberührten Natur und ein

⁴⁵⁵ Augstein, Rudolf (Hg.) (2014): Brasilien vor der WM. Boomland in Schwierigkeiten. Der Spiegel, Nr. 20 / 12.05.2014, Hamburg

⁴⁵⁶ Vgl. Auswärtiges Amt (18.06.2014): Brasilien: Reise- und Sicherheitshinweise. URL: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/00-SiHi/Nodes/BrasilienSicherheit_node.html [Stand: 18.06.2014]

⁴⁵⁷ Vgl. Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2013): S. 8

⁴⁵⁸ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): Estudo da demanda turística internacional 2006-2012. Brasília, S. 6.

⁴⁵⁹ Vgl. Rezende-Parker, Aline M./Morrison, Alastair M./Ismail, Joseph A. (2003): „Dazed and confused? An exploratory study of the image of Brazil as a travel destination“. In: Hobson, Perry J. S. (2003): *Journal of Vacation Marketing*. 9(3), S. 243-259, S. 249.

⁴⁶⁰ Vgl. Rezende-Parker/Morrison/Ismail (2003): S. 249

exotischer, gar mystischer Ort aufgrund seiner Vielzahl an Religionen und indigenen Völkern.⁴⁶¹ Daneben zeichne sich das Land des Karnevals durch seine Kultur, Musik, Kulinarik, seine charakteristischen Feste und seinen Sport aus. Auch seine glücklichen, freundlichen, aber teilweise faulen Einwohner seien prägend für das Image des Landes.⁴⁶² Der brasilianischen Frau komme dabei eine besondere Rolle zu, schließlich sei sie das Sinnbild für die Schönheit und Sinnlichkeit Brasiliens.⁴⁶³ In einer Studie untersuchen *Gondim Mariutti/de Moura Engracia Giral-di/Lucirton Costa* die Erkenntnisse *Bignamis* für die amerikanische Zielgruppe. So werden auf der einen Seite die positiven Aspekte Brasiliens bestätigt, auf der anderen treten aber auch eine Reihe negativer Merkmale zu Tage (z.B. Slums, Unsicherheit, Gewalt, Drogen).⁴⁶⁴ Die drei Autoren heben hervor, dass das Image Brasiliens keineswegs gefestigt sei, sondern sich immer noch zwischen diesen beiden Polen hin- und her bewege.⁴⁶⁵ Das kann man sowohl als Chance als auch als Risiko werten. Negativmeldungen, wie sie die Medien im Zuge der Radikalisierung der brasilianischen Protestbewegung verbreiteten, können laut *Gertner/Kotler* sehr schnell weitgreifende Imageschäden verursachen.⁴⁶⁶ Eine schwedische Studie ergab, dass mehr als 70⁴⁶⁷ Prozent der befragten Studenten der Meinung sind, Brasilien sei weniger bis gar nicht sicher. Gut 65⁴⁶⁸ Prozent verbinden mit dem Land Gewalt. Dem gegenüber stehen positive Aspekte wie u.a. hohe Gastfreundschaft, kurzweilige touristische Infrastruktur und eine beeindruckende Landschaft.⁴⁶⁹ Freilich lassen sich diese Ergebnisse nicht ohne weiteres auf die deutsche Zielgruppe übertragen. Sie liefern allerdings wichtige Indikatoren bezüglich des Brasilienimages im Ausland. Hier ergibt sich ein dringendes Nachforschungspotential für die deutsche Zielgruppe.

Fazit: Erkenntnisse aus der Forschung deuten darauf hin, dass die Images Brasiliens und Rios eng miteinander verknüpft sind. Prinzipiell lassen sich laut *Rezende-Parker/Morrison/Ismail* zwei vorherrschende Imagebestandteile feststellen: „natural attractions/interest“ und „vacation atmosphere/exoticness“⁴⁷⁰. Als die wichtigsten Attraktionen des Landes seien der Amazonas-Regenwald und Rio de Janeiro zu nennen. Dem gegenüber ständen Sicherheitsbedenken und Angst vor Kriminalität.⁴⁷¹ Das Gesamtimage ist demnach fragil und kann durch z.B. gewaltsame Proteste leicht ins Negative verschoben werden. Das ist vor allem für die deutschen Fernreiseurlauber relevant, da diese eine hohe durchschnittliche Mediennutzungsdauer aufweisen. Damit stehen sie automatisch einer Vielzahl von Berichten und Meldungen aus Brasilien gegenüber. In den letzten zwölf Monaten waren diese zu einem erheblichen Teil negativ. Man kann daher in

⁴⁶¹ Vgl. Bignami, Rosana (2002): *A imagem do Brasil no Turismo*. 2., São Paulo, S. 109ff. zitiert nach: Gondim Mariutti, Fabiana/de Moura Engracia Giral-di, Janaina/Lucirton Costa, André (2013): „Brazil's Image Abroad: How Can the Public and Private Sector Partnership Improve Marketing Strategies?“. In: Burns, Peter/Sharpley, Richard (Hg.) (2013): *Tourism Planning & Development*. 10(1), S. 110-119, S. 114.

⁴⁶² Vgl. Bignami (2002): S. 109ff zitiert nach Gondim Mariutti/de Moura Engracia Giral-di/Lucirton Costa (2013): S. 114

⁴⁶³ Vgl. Bignami (2002): S. 109ff zitiert nach Gondim Mariutti/de Moura Engracia Giral-di/Lucirton Costa (2013): S. 114

⁴⁶⁴ Vgl. Gondim Mariutti, Fabiana/de Moura Engracia Giral-di, Janaina/Lucirton Costa, André (2012): „The Image of Brazil as a Tourism Destination: An Exploratory Study of the American Market“. In: Lueg, Rainer/Bahmani, Sahar (Hg.) (2013): *International Journal of Business Administration*. 4(1), S. 13-22, S. 22.

⁴⁶⁵ Vgl. Gondim Mariutti/de Moura Engracia Giral-di/Lucirton Costa (2012): S. 19

⁴⁶⁶ Vgl. Gertner/Kotler (2004): S. 52

⁴⁶⁷ Vgl. Awuah, Gabriel Baffour/Reinert, Venilton (2011): „Potential tourists' image of a tourist destination: The case of Brazil“. In: Sven-Åke Hörte (Hg.) (2011): *Research on Technology, Innovation and Marketing Management 2009 - 2011: Introducing the Research Area of Innovation Science*. Halmstad, S. 135-148, S. 142.

⁴⁶⁸ Vgl. Awuah/Reinert (2011): S. 142

⁴⁶⁹ Vgl. Awuah/Reinert (2011): S. 142

⁴⁷⁰ Rezende-Parker/Morrison/Ismail (2003): S. 257

⁴⁷¹ Vgl. Rezende-Parker/Morrison/Ismail (2003): S. 257

der Theorie davon ausgehen, dass die Images, welche die Deutschen von Brasilien und Rio de Janeiro haben, im Verlauf des letzten Jahres negativ beeinflusst worden sind. Kapitel 2.6 hat zudem gezeigt, dass eine hohe Austauschbarkeit zwischen den Destinationen bestehe. Diese führt häufig dazu, dass sich der Reisende für die Alternative mit dem besseren Image entscheidet. Man kann daher vermuten, dass aufgrund der Massenproteste insgesamt weniger Deutsche nach Brasilien reisen. Ob sich das in der Nachfrage und den Besucherzahlen widerspiegelt, wird im Anschluss an dieses Unterkapitel untersucht.

3.2.3 Untersuchung der Nachfrage nach Brasilienreisen

Der deutsche Brasilienurlauber

Während in Kapitel 2.6 untersucht wurde, ob das touristische Angebot Rios der Reisemotivation der Deutschen entspricht und sich zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse eignet, soll jetzt ein genauerer Blick auf die Deutschen geworfen werden, die im Jahr 2012 nach Brasilien gereist sind. Auf diese Weise soll ein klares Bild vom deutschen Brasilienurlauber gezeichnet werden. Damit ist zum einen definiert, wer genau im Rahmen dieses Unterkapitels betrachtet wird. Zum anderen hilft dieses Wissen im vierten Kapitel bei der Erarbeitung der Handlungsempfehlungen. Am Ende soll beantwortet werden, ob durch die Proteste die Touristen in Brasilien ausbleiben wie in den Ländern des arabischen Frühlings.⁴⁷² Einleitend muss gesagt werden, dass Deutschland ein sehr wichtiger Quellmarkt für den brasilianischen Tourismus ist. So konnten die Besucherzahlen seit 2009 um gut 43.000 Touristen gesteigert werden. Dadurch liegt Deutschland im internationalen Vergleich mit 258.437⁴⁷³ Reisenden im Jahr 2013 erstmals vor Uruguay auf Platz 3. Die Deutschen entsprechen damit 4,6 Prozent der gesamten Anzahl ausländischer Touristen. Nur Argentinien und die USA stellen einen noch größeren Anteil.⁴⁷⁴ 32,3⁴⁷⁵ Prozent der Deutschen unternehmen dabei eine Urlaubsreise, wobei ihr Anteil seit drei Jahren ansteigt. Zu ihren Hauptmotiven zählen „Natur, Ökotourismus und Abenteuer“ (37,0 Prozent), „Sonne und Strand“ (34,2 Prozent) sowie Kultur (22,5 Prozent).⁴⁷⁶ Auffällig ist, dass sich die Motive der deutschen Brasilienurlauber stärker verteilen als im internationalen Durchschnitt, wo allein 64,2⁴⁷⁷ Prozent „Sonne und Strand“ als ihr Reisemotiv angeben. Der Anteil der Kultur- und Sportreisenden liegt unter den Deutschen doppelt so hoch wie in anderen Ländern. Das deckt sich mit den Erkenntnissen der *Reiseanalyse*, die behauptet, die deutschen Ansprüche seien merklich gestiegen und würden sich in einer regelrechten „Motivinflation“⁴⁷⁸ widerspiegeln. Fast

⁴⁷² Vgl. Weiß, Yvonne (05.07.2013): "Selbstverständlich kann man nach Ägypten reisen". URL: <http://www.welt.de/reise/Fern/article117760084/Selbstverstaendlich-kann-man-nach-Aegypten-reisen.html> [Stand: 06.06.2014] / Vgl. Statista (2013): Auswirkungen des Arabischen Frühlings auf den Tourismus 2013. URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/250669/umfrage/auswirkungen-des-arabischen-fruehlings-auf-den-tourismus/> [Stand: 06.06.2014]

⁴⁷³ Vgl. Ministério do Turismo (2013): Anuário Estatístico de Turismo - 2013. Volume 40, Ano base 2012, Brasília, S. 139.

⁴⁷⁴ Insgesamt wurden im Jahr 2012 etwa 5,67 Millionen ausländische Touristen in Brasilien gezählt. Der Anteil Argentiniens beträgt 29,4 Prozent (1,67 Millionen), der Anteil der USA 10,3 Prozent (0,58 Millionen). Vgl. Ministério do Turismo (2013): S. 139

⁴⁷⁵ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁷⁶ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁷⁷ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 4

⁴⁷⁸ FUR (2013): S. 88

jeder zweite Deutsche wählt als Unterkunft das Hotel, der Großteil reist allein oder als Pärchen ohne Kinder. Beide Gruppen bilden 65,7⁴⁷⁹ Prozent der deutschen Brasilienreisenden. Familien spielen nur eine Nebenrolle. Ihr Anteil liegt international wesentlich höher.⁴⁸⁰ Schon das zweite Kapitel ließ darauf schließen, dass Fernreisen aufgrund ihrer Strapazen häufig ohne Kinder stattfinden. Das wichtigste Ziel der Deutschen ist dabei seit sechs Jahren Rio de Janeiro. Jeder zweite Urlaubsreise geht in die Stadt am Zuckerhut (52,9⁴⁸¹ Prozent). Das sind 23,3⁴⁸² Prozentpunkte mehr als im internationalen Vergleich, was als Indiz dafür gewertet werden kann, dass für viele Deutsche Rio de Janeiro und Brasilien in ihrer Wahrnehmung Hand in Hand gehen. Deutsche Urlaubsreisende informieren sich hauptsächlich online (34,9 Prozent, was fast einer Verdopplung innerhalb von sechs Jahren entspricht.⁴⁸³) oder über Freunde und Bekannte (26,9 Prozent).⁴⁸⁴ Während sie zusätzlich auf gedruckte Touristenführer als Quelle zurückgreifen,⁴⁸⁵ sind es im Ausland vor allem die Reisebüros, denen eine wichtige Rolle zukommt. Mit 9,9⁴⁸⁶ Prozent ist ihr Anteil an der Informationsbeschaffung mehr als doppelt so hoch wie in Deutschland. Bei den Buchungen ergibt sich ein ähnliches Bild. In Deutschland brauchen drei von vier Reisenden keine Reisebüros. Die Anzahl der Pauschalreisen hat sich innerhalb von sechs Jahren mehr als halbiert.⁴⁸⁷ Zwar sind auch im Ausland die Zahlen rückläufig, allerdings liegen sie dort immer noch höher.⁴⁸⁸ Vor allem sind es die jüngeren Deutschen, die nach Brasilien reisen. 41,3 Prozent der Touristen sind 25 bis 40 Jahre alt, nur 8,3 Prozent sind älter als 60 Jahre.⁴⁸⁹ Knapp drei von vier haben Abitur oder einen akademischen Abschluss und das durchschnittliche Einkommen liegt bei 4.283,62 US Dollar pro Monat.⁴⁹⁰ Die deutschen Brasilienurlauber verdienen im Vergleich mit den anderen Ländern mehr, sie geben dadurch auch mehr aus und bleiben länger.⁴⁹¹ Dass sie dabei anspruchsvoller sind als andere Nationen, zeigt sich daran, dass sie einzelne Bestandteile der Reise (im Bereich Infrastruktur oder Dienstleistungen) negativer bewerten als der internationale Vergleich. So sind die Noten für z.B. Flughäfen, Autobahnen oder touristische Informationen schlechter als im Ausland.⁴⁹² Zudem bewertet nur gut jeder zweite Deutsche die Preise positiv. Der internationale Durchschnitt liegt zwar auch nur bei 56,1⁴⁹³ Prozent, ist aber dennoch höher. Das lässt auf ein stärkeres Preis-Leistungs-Denken der Deutschen schließen. Besonders loben deutsche Brasilienurlauber die Gastfreundschaft, die Gastronomie, die Unterkünfte und das Nachtleben des Landes. Drei von vier Deutschen schätzen die öffentliche Sicherheit als positiv ein, was belegt, dass sich das von außen vermittelte sekundäre Image vom eigens erlebten primären Image unterscheiden kann. Die Sicherheit im Land wird zwar in den Medien häufig in Frage gestellt, vor Ort scheint sie allerdings nicht als Problem empfunden zu werden. Insgesamt ist der Grad der Zufriedenheit bei den Deutschen (81,2 Prozent) und international (84,5 Prozent) ähnlich, allerdings wurden nur bei 21,9 Prozent

⁴⁷⁹ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁸⁰ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 4

⁴⁸¹ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁸² Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 4

⁴⁸³ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁸⁴ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁸⁵ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁸⁶ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 4

⁴⁸⁷ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁸⁸ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 4

⁴⁸⁹ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁹⁰ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁹¹ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 4 / Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁹² Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 4 / Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁹³ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 4

der Deutschen die Erwartungen übertroffen (international: 30,6 Prozent).⁴⁹⁴ Dies lässt sich wiederum als Indiz für den hohen Anspruch des deutschen Publikums werten. 94,2 Prozent der deutschen Urlauber äußerten die Absicht, wieder nach Brasilien reisen zu wollen.⁴⁹⁵ Für sechs von zehn war es im Jahr 2012 nicht die erste Reise ins Land.⁴⁹⁶

Fazit: Der deutsche Brasilienurlauber ist jünger, gebildet und verfügt über ein hohes Durchschnittseinkommen. Er reist in der Regel ohne Kinder (aber zum Teil mit seinem Partner) und benutzt verstärkt das Internet zur Information und Buchung. Für ihn ist eine Vielzahl von Motiven wichtig, d.h. eine Destination muss über ein umfassendes touristisches Angebot verfügen, wenn sie eine breite deutsche Zielgruppe ansprechen will. Insgesamt lassen sich die Deutschen als sehr anspruchsvolle Zielgruppe charakterisieren. Diese Erkenntnisse decken sich mit den Ergebnissen aus Kapitel 2.6, wo allgemein untersucht wurde, ob die Deutschen und Rio de Janeiro aus touristischer Sicht zusammenpassen oder nicht und diese Frage mit Ja beantwortet werden konnte.

Die touristische Entwicklung

Einleitend muss darauf hingewiesen werden, dass das brasilianische Tourismusministerium bisher noch keine offiziellen Zahlen zur Nachfrage in den Folgemonaten der Juni-Proteste veröffentlicht hat. Es lässt sich jedoch eine ganze Reihe von Indikatoren finden, die bei der Beantwortung der Frage helfen, ob weniger Touristen (aus Deutschland) nach Brasilien gekommen sind. So ergab eine Befragung der großen Veranstalter durch das Tourismusfachmagazin *FVW*, dass veranstalterübergreifend zwar auf die generellen Probleme des Landes hingewiesen werde, dass allerdings keine Gefahr für die Reisenden bestehe.⁴⁹⁷ Laut *Thomas Cook* sei vor allem der für deutsche Fans relevante Norden weniger stark gefährdet, weil dort erstens keine so gravierenden Unterschiede zwischen Arm und Reich festzustellen seien und zweitens der Großteil der Gäste in den Resorts außerhalb der Städte unterkomme.⁴⁹⁸ Außerdem wurden z.B. während des Polizeistreiks in Salvador alle Ausflüge gestrichen, was ein potentiell Risiko zusätzlich reduziert habe. Insgesamt hebt *Roland Junker*, der Senior Produkt Manager für die Region, hervor, dass man die Anreise von den Resorts zu den Spielstätten problemlos innerhalb von zwei Autostunden realisieren könne.⁴⁹⁹ Insgesamt sei daher kein Nachfrageschwund (aufgrund vermeintlicher Logistikprobleme vor Ort) verzeichnet worden. Ein ähnliches Bild ergibt sich bei *Vietentours*. Dort seien weder Anrufe von beunruhigten Kunden eingegangen, noch hätte das Management vor Ort Anzeichen für Gefahren oder Chaos gesehen.⁵⁰⁰ Vietentours-Chef *Wolfgang Vieten* mache sich daher nach eigenen Worten keine Sorgen: der Verkauf lief gut.⁵⁰¹ Die Dertour-Produktmanagerin *Birgit Taslidza* sieht die Medienberichterstattung nicht als Zeichen dafür, dass sich die Situation vor Ort signifikant verschlechtert habe. Vielmehr sei die

⁴⁹⁴ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 4 / Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁹⁵ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁹⁶ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁴⁹⁷ Vgl. Feyerherd, Martina (25.04.2014): Chaos oder normaler Alltag?. URL:

<http://www.fvw.de/index.cfm?cid=11177&pk=131030&event=showarticle> [Stand: 20.06.2014]

⁴⁹⁸ Vgl. Feyerherd (25.04.2014) [Stand: 20.06.2014]

⁴⁹⁹ Vgl. Junker, Roland, zitiert nach Feyerherd (25.04.2014) [Stand: 20.06.2014]

⁵⁰⁰ Vgl. Feyerherd (25.04.2014) [Stand: 20.06.2014]

⁵⁰¹ Vgl. Vieten, Wolfgang, zitiert nach Franke, Tanja (2014): „Gelbe Karte für Brasilien“. In: T&M Media GmbH & Co. KG (Hg.) (24.01.2014): Travel One. Ausgabe zwei, Darmstadt, S. 10-15, S. 11.

Aufmerksamkeit im Vorfeld der Fußball-WM größer geworden. Bereits bestehende Probleme würden so in den Fokus der Öffentlichkeit rücken.⁵⁰² Im Notfall stünde *Dertour* seinen Gästen aber 24 Stunden am Tag zur Verfügung. *Tom Rostek*, als Produktleiter von *Dertour* live zuständig für die Reisepakete zu den Olympischen Spielen und den großen Fußballereignissen, betont, dass selbst die Massenproteste der Nachfrage keinen Abbruch getan hätten. Sie sei nach wie vor riesig.⁵⁰³ Während Thomas Cook und FTI eine stabile Nachfrage für Brasilien verzeichnen, verweist die *TUI* auf ein geringes zweistelliges Wachstum.⁵⁰⁴ Dieses sei laut Unternehmensangaben erstaunlich, weil normalerweise erst in den Folgejahren eines Mega-Events mit derartigen Effekten zu rechnen sei. Auch von offizieller Seite lassen erste Statements darauf schließen, dass der Trend anstatt nach unten, eher nach oben geht. So geht das *Tourismusministerium Brasiliens* von mindestens 600.000⁵⁰⁵ ausländischen Besuchern während des Turniers aus. Die Anzahl der Touristen könne sich laut Tourismusminister *Vinicius Lages* im Anschluss der WM um fünf bis zehn⁵⁰⁶ Prozentpunkte erhöhen. Freilich beziehen sich diese Zahlen auf alle touristischen Quellmärkte des Landes, allerdings lassen sie Trends erkennen, die auch für deutsche Brasilienurlauber gültig sein könnten. *Flávio Dino*, der damalige Präsident der brasilianischen Tourismusbehörde *Embratur*, erklärte Ende 2013, dass die Proteste keine Auswirkungen auf die Entwicklung der Touristenströme des Landes gehabt hätten. Die Zahlen würden wie gehabt weiter ansteigen.⁵⁰⁷ Interessant ist, dass auch der Weltjugendtag 2013 in Rio de Janeiro eine ähnlich problematische Vorgeschichte hatte. Schließlich gingen nur wenige Wochen zuvor Millionen Brasilianer während der Juni-Proteste auf die Straße. Kapitel 3.1 hat gezeigt, dass auch diese Bewegung nicht gänzlich frei von Gewalt war. Und trotzdem wurde das Event ein Erfolg. Die *Deutsche Bischofskonferenz* zog mit Hinblick auf die hohe Besucherzahl im Millionenbereich, das friedvolle Zusammen-Feiern einer Vielzahl von Nationalitäten und den charismatischen Auftritt des Papstes eine positive Bilanz.⁵⁰⁸ Mit Hinblick auf die WM muss jedoch auch gesagt werden, dass viele optimistische Vorhersagen unerfüllt bleiben werden. So sah der brasilianische Autovermieter *Localiza Rent a Car SA* ein explosives Wachstum voraus, welches nachweislich so nicht eingetroffen ist.⁵⁰⁹

⁵⁰² Vgl. Taslidza, Birgit, zitiert nach Feyerherd (25.04.2014) [Stand: 20.06.2014]

⁵⁰³ Vgl. Rostek, Tom, zitiert nach Krane, Michael (03.06.2014): Startklar für die Fußball-WM. URL: <http://www.fvw.de/index.cfm?cid=11180&pk=132146&event=showarticle> [Stand: 20.06.2014]

⁵⁰⁴ Vgl. Zehender, Michael (24.02.2014): Wohin Deutsche im Sommer 2014 am liebsten reisen. URL: <http://www.welt.de/reise/article125148340/Wohin-Deutsche-im-Sommer-2014-am-liebsten-reisen.html> [Stand: 20.06.2014]

⁵⁰⁵ Vgl. Ministério do Turismo (05.06.2014): Copa deve elevar turismo brasileiro a outro patamar. URL: http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140605_5.html [Stand: 20.06.2014]

⁵⁰⁶ Vgl. Lages, Vinicius, zitiert nach Ministério do Turismo (12.06.2014): Turismo reúne números da Copa do Mundo. URL: http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140612_2.html [Stand: 20.06.2014]

⁵⁰⁷ Vgl. Dino, Flávio, zitiert nach EFE (11.10.2013): Embratur afirma que protestos não afetam fluxo de turistas em direção ao país. URL: <http://www.efe.com/efe/noticias/brasil/brasil/embratur-afirma-que-protestos-afetam-fluxo-turistas-direcao-pais/3/16/2148882> [Stand: 20.06.2014]

⁵⁰⁸ Vgl. Deutsche Bischofskonferenz (2013): Weltjugendtag 2013. Positive Bilanz des Weltjugendtages. URL: <http://www.dbk.de/themen/weltjugendtag-2013/> [Stand: 20.06.2014]

⁵⁰⁹ Vgl. Sciaudone, Christiana/Frisch, Felipe (03.04.2014): Brazilian World Cup Tourism Boom Seen Muted on Protests. URL: <http://www.bloomberg.com/news/2014-04-03/world-cup-tourism-boom-seen-muted-as-protests-vex-fans.html> [Stand: 20.06.2014]

Fazit: Bei der touristischen Nachfrage nach Brasilienreisen ist der Trend weiterhin positiv. Die Proteste scheinen keine negativen Auswirkungen gehabt zu haben. So seien laut eines Berichts des Reisemagazins *Travel One* alle Veranstalter zufrieden.⁵¹⁰ Trotz einer aggressiven Preispolitik der Brasilianer sei die Nachfrage nicht eingebrochen. Das könne man auf die geringere Attraktivität der nächsten Gastgeberländer Russland und Katar zurückführen, welche die Fußball-WMs 2018 bzw. 2022 ausrichten.⁵¹¹ Wer eine Weltmeisterschaft vor Ort miterleben möchte, der tue dies jetzt. Schließlich sei Brasilien das Fußballland schlechthin. Hier schlagen sich die Erkenntnisse aus Kapitel 2.4 nieder. Sport kann ein glaubhafter Image-Builder und ein wichtiger Wettbewerbsvorteil sein. An dieser Stelle sei allerdings auf einige Fragen verwiesen, die im Rahmen dieser Arbeit nicht beantwortet werden können. Wären ohne die Juni-Proteste mehr Besucher zum Weltjugendtag nach Rio gekommen? Oder auf das aktuelle Beispiel angewandt: wäre die heutige Nachfrage zur WM noch größer, hätte es keine Radikalisierung der Protestbewegung gegeben? Bedingt die Zunahme der sportinteressierten Touristen einen Rückgang bei den normalen Touristen (indem diese sich beispielsweise für ruhigere Ziele entscheiden)? Diese Fragen könnten Raum für zukünftige Forschungen bieten.

3.2.4 Befragung zur Imageanalyse der Stadt Rio de Janeiro

Methodik und Hypothesen

Das Kapitel 3.2.2 legte einen dringenden Nachholbedarf an Imageforschung für die Destination Rio de Janeiro offen. Vor allem auf die deutsche Zielgruppe bezogen fehlen wichtige Erkenntnisse über die typischen Imagebestandteile der Stadt. Eine eigene Erhebung soll dabei helfen, herauszufinden, welches Reiseinteresse und welche Eigenschaften die Deutschen mit Rio verknüpfen. Dabei soll vor allem auf die Wahrnehmung der Sicherheitslage vor Ort eingegangen werden, da sie eine besondere Rolle spielt für die Reiseentscheidung der Deutschen. Zusätzlich soll untersucht werden, ob die Proteste dieses Bild beeinflusst haben oder nicht. Daraus nämlich ließen sich Rückschlüsse ziehen, ob die Stadt Rio nun als gefährlicher wahrgenommen würde und dadurch weniger attraktiv wäre für deutsche Urlaubsreisende.

Dafür wurde folgende **Methodik** herangezogen. Vor dem Hintergrund des zweigeteilten Forschungsinteresses gliedern sich auch die insgesamt zehn Fragen in zwei Teile. So beziehen sich Fragen 1 bis 5 auf das Image, Fragen 6 bis 10 dagegen auf den Imageeinfluss durch die Protestbewegung. Für die Personen, die von den Protesten nichts gehört hatten, war nur die erste Hälfte pflichtmäßig auszufüllen. Der gesamte Fragebogen (mitsamt Antwortverteilungen) wurde in Anlage 1 beigelegt.⁵¹² Als Befragungsform wurde zum einen eine Onlineumfrage gewählt. Zum anderen wurden zufällige Personen face-to-face interviewt und die jeweiligen Ergebnisse in schriftlicher Form erfasst. Die Onlineumfrage ging vom 26. Juni bis 1. Juli 2014 und erfolgte über die Webplattform SurveyMonkey⁵¹³. Die Plattform wurde deswegen gewählt, weil dort eingestellt werden kann, dass pro Computer nur eine Beantwortung zulässig ist. So konnte

⁵¹⁰ Vgl. Franke (2014): S. 12

⁵¹¹ Vgl. Franke (2014): S. 13

⁵¹² Vgl. S. XLVIII

⁵¹³ Vgl. SurveyMonkey/Asanger, Johannes (26.06.2014): Imagebefragung Rio de Janeiro.
<https://de.surveymonkey.com/s/imagebefragung-riodejaneiro> [Stand: 30.06.2014]

das Risiko ausgeschlossen werden, dass ein Nutzer die Umfrage mehrmals ausfüllt, was zu einer Verzerrung des Ergebnisses geführt hätte. Später wurde die Befragung auf den Facebookseiten des Verfassers sowie der Ascenso Akademie für Business und Medien verlinkt. Die persönlichen Befragungen erfolgten am 21. Juni 2014 während einer Public-Viewing-Veranstaltung zum WM-Spiel Deutschland gegen Ghana und im persönlichen sowie beruflichen Umfeld des Verfassers bis zum 1. Juli 2014. Insgesamt nahmen einhundert Leute daran Teil (59 Interviews, 41 Online). Die Befragung erfolgte anonym und es wurden keine soziodemographischen Daten erfasst, weil diese für ihren Untersuchungsgegenstand nicht zwingend notwendig waren. Die Umfrage erhebt dabei nicht den Anspruch auf Repräsentativität für ganz Deutschland, allerdings ermöglichen Zufälligkeit und Gesamtanzahl der Befragten durchaus eine Vorausschau auf gesamtdeutsche Tendenzen.⁵¹⁴ Diese Trends werden hinsichtlich folgender drei **Hypothesen** untersucht. (1) Zunächst soll die Behauptung aus Kapitel 3.2.2 überprüft werden, wo gesagt wurde, dass die beiden Destinationen Rio de Janeiro und Brasilien in ihrer Wahrnehmung beim deutschen Publikum weitestgehend verschmelzen. Daraus leitet sich die erste Hypothese ab: „Wenn der Deutsche Eigenschaften mit der Destination Rio de Janeiro verknüpft, dann verknüpft er diese auch mit der Destination Brasilien.“ (H1: Imagegleichheit Rio de Janeiro-Brasilien) Welche Aspekte das im Detail sind, soll in diesem Zusammenhang zusätzlich analysiert werden. (2) Als nächstes soll die Behauptung aus Kapitel 2.4 untersucht werden, nämlich dass Imagearbeit nur dann richtig funktioniere, wenn die Vorstellungen des Touristen vor der Reise möglichst weit mit den Erlebnissen und Erfahrungen vor Ort übereinstimmen. Auf Rio de Janeiro angewandt soll dabei folgende, zweite Hypothese betrachtet werden: „Je größer die Reiseerfahrung des Deutschen nach Rio ist, desto geringer sind seine Sicherheitsbedenken.“ (H2: Unterschied zwischen primärem und sekundärem Image) Würde sich diese These bestätigen, müsste Rio weitreichende Imageaktivitäten im Bereich Sicherheit lancieren, um dieses Missverhältnis auszugleichen. (3) Abschließend soll konkret auf die Protestbewegung eingegangen werden. Haben die Deutschen von ihr gehört? Und wenn ja, leiten sie daraus eine Verschlechterung der Sicherheitslage ab? Zeigt sich das z.B. in einem verringerten Reiseinteresse? Bei der Beantwortung dieser Fragen helfen die Hypothesen 3a und 3b. „Wenn ein Deutscher von den Protesten gehört hat, dann verschlechtert sich dadurch seine Wahrnehmung von der Sicherheitslage in Rio.“ / „Wenn ein Deutscher die Sicherheitslage durch die Proteste als schlechter wahrnimmt, dann verringert das sein Interesse an einer Reise nach Rio.“ (H3a/H3b: Negative Effekte der Proteste I und II) Mit diesen Erkenntnissen soll danach das Ergebnis aus Kapitel 3.2.3 erklärt werden, wo aufgezeigt wurde, dass de facto kein Nachfrageeinbruch der Deutschen nach Brasilienreisen festzustellen war, obwohl man diese theoretisch hätte erwarten können.

Zentrale Ergebnisse

Zu Ende des Kapitels 2.6 wurde gesagt, dass der deutsche Urlaubsreisende und die Destination Rio de Janeiro sehr gut zusammenpassen. Das wiederum bedeutet, die Umfrage müsste ein nachweisbares Interesse der deutschen Zielgruppe an einer Reise nach Rio ergeben. Tatsächlich antworten 34 Prozent der Befragten, sie würden sehr gerne nach Rio fahren bzw. drei Prozent hatten bereits gebucht oder es fest vor. Für jeden zweiten Deutschen besteht zumindest generelles Interesse, d.h. wenn die Umstände passen würden, dann würden sie auch fahren.

⁵¹⁴ Die Bezeichnung „Befragte“ und „Deutsche“ werden im Rahmen der Auswertung daher synonym gebraucht.

Der Rest (13 Prozent) entscheidet sich eher für andere Reiseziele. Damit sind die theoretischen Erkenntnisse aus dem zweiten Kapitel belegt. Rio de Janeiro ist eine potentielle Option im Reiseentscheidungsprozess der Deutschen. 15 Prozent der Befragten waren dabei bereits einmal in Rio. Vor allem sie zeigten verstärktes Interesse an einer erneuten Reise.⁵¹⁵

Die Top 10 der Eigenschaften, welche die Deutschen mit Rio verknüpfen sind Karneval, Strände, Christus-Statue, Favelas, Samba, Kriminalität, schöne Frauen, Armut, Fußball und Gewalt. Insgesamt wurden 16 Optionen zur Auswahl gegeben, wobei jeweils die Hälfte davon positiver bzw. negativer Art war. Maximal waren fünf Nennungen möglich. Man erkennt, dass auf den ersten drei Plätzen nur positive Aspekte genannt werden. Danach wechseln die Aufzählungen zwischen positiven und negativen Aspekten hin und her. Damit lässt sich belegen, dass das Image Rios zwischen zwei gegensätzlichen Polen hin- und herpendelt. Bereits in Kapitel 3.2.2 wurde diese Behauptung für ganz Brasilien aufgestellt. Insgesamt überwiegen dabei die positiven Eigenschaften, was auf ein positives Gesamtimage schließen lässt. Damit kann man das eingangs geschilderte hohe Interesse an der Destination Rio de Janeiro erklären. Es ist zudem nicht verwunderlich, dass vor allem die Befragten mit Rio-Reiseerfahrung mehr positive Eigenschaften nennen und diese Nennungen insgesamt weiter oben im Ranking erscheinen.⁵¹⁶ Schließlich bekundet diese Gruppe ein im Schnitt größeres Interesse an einer erneuten Reise. Hier lässt sich ein erstes Indiz für H2 erkennen, dass das primäre und sekundäre Image Rios auseinandergehen. Bevor jedoch genauer darauf eingegangen wird, soll zunächst H1 überprüft werden. Gelten die Eigenschaften, welche die Deutschen mit Rio verknüpfen auch für ganz Brasilien? 57 Prozent der Befragten antworten darauf mit Ja. Damit bestätigt sich für die Mehrheit der Deutschen Hypothese H1⁵¹⁷. Denn 41 Prozent sehen zumindest eine teilweise Übereinstimmung der Images und nur 2 Prozent gehen von einer vollkommenen Verschiedenheit aus. Damit lassen sich die Aussagen dieser Arbeit legitimieren, die Erkenntnisse aus einer gesamtbrasilianischen Betrachtung (aus Mangel an Rio-spezifischen Daten) auf die Stadt Rio de Janeiro übertragen hatten wie z.B. in Kapitel 3.2.2 und 3.2.3. Worin genau die Unterschiede der beiden Destinationsimages bestehen war nicht Teil dieser Befragung, könnte allerdings ein interessantes Thema zukünftiger Analysen sein.

Als nächstes soll Hypothese H2⁵¹⁸ untersucht werden. Empfinden Rio-Reisende (Gruppe 1) die Stadt sicherer als die Personen, die sich noch kein eigenes Bild von ihr machen konnten (Gruppe 2)? Mehr als jeder zweite Deutsche aus Gruppe 1 sieht die Stadt als relativ oder sehr sicher. Bei Gruppe 2 denkt nur jeder fünfte so. Die Hypothese H2 ist damit belegt. Wer bereits in Rio war, hat deutlich weniger Bedenken bezüglich der Sicherheit vor Ort. Daher sollte das Destinationsmanagement dringend versuchen, diesem Missverhältnis mit Imagekampagnen entgegenzuwirken. Es ist zwar grundsätzlich als positiv zu werten, dass die Sicherheit bei Gruppe 1 nicht als schlechter empfunden wird als bei Gruppe 2 (Das hätte sehr wahrscheinlich eine negative Mundpropaganda zur Folge. Aufgrund der hohen Glaubwürdigkeit organischer Quellen würde

⁵¹⁵ So sagen 60 Prozent von ihnen, sie hätten ein großes Reiseinteresse oder eine feste Reiseabsicht. Bei den Befragten, die noch nicht in Rio waren, liegt dieser Anteil nur bei knapp 33 Prozent.

⁵¹⁶ Eine Ausnahme stellen die Favelas dar. Bei den Rio-Reisenden liegen sie auf Platz 2 der typischen Eigenschaften der Stadt. Die übrigen Plätze bis Rang 8 werden dann aber ausschließlich von positiven Aspekten gehalten.

⁵¹⁷ „Wenn der Deutsche Eigenschaften mit der Destination Rio de Janeiro verknüpft, dann verknüpft er diese auch mit der Destination Brasilien.“ (H1: Imagegleichheit Rio de Janeiro-Brasilien)

⁵¹⁸ „Je größer die Reiseerfahrung des Deutschen nach Rio ist, desto geringer sind seine Sicherheitsbedenken.“ (H2: Unterschied zwischen primärem und sekundärem Image)

sie dem Image Rios zusätzlichen Schaden zufügen.), allerdings wäre es für den Erfolg der Destination wichtig, ein besseres Bild von ihrer Sicherheit zu vermitteln. Dadurch könnten mehr Touristen angezogen werden. Schließlich sprechen knapp 53 Prozent aus Gruppe 2 davon, generelles Interesse an einer Rioreise zu haben. Diese Zahlen könnten durch ein besseres Bild von der Sicherheit weiter in Richtung großes Interesse verschoben werden. Ein größeres Interesse bedingt eine größere Reisewahrscheinlichkeit. Diese wiederum kann dazu führen, dass mehr Touristen in die Stadt kommen. Auf der einen Seite würde Rio dadurch zusätzliche Einnahmen generieren, auf der anderen würden mehr zufriedene Touristen ihre positiven Eindrücke nach der Reise weiterverbreiten. Dadurch würde sich der Imageeffekt zusätzlich verstärken.

Darauf aufbauend soll nun auf die Protestbewegung eingegangen werden. Dabei ist zu sagen, dass fast alle Befragten von ihr gehört haben. Ob diese 94 Prozent aber auch davon ausgehen, dass die Proteste zu einer Verschlechterung der Sicherheitslage vor Ort geführt haben, soll durch Prüfung der Hypothese H3a⁵¹⁹ geklärt werden. Dazu ist zu sagen, dass sie für mehr als jeden zweiten Deutschen nicht zutrifft. Fünf Prozent der Befragten sind sogar der Ansicht, die Proteste hätten gar zu einer Verbesserung der Sicherheitslage beigetragen. Nur 45 Prozent glauben, die Sicherheit sei heute schlechter als zuvor. Das ist vor allem deswegen überraschend, weil noch im zweiten Kapitel umfassend auf die schädlichen Imagewirkungen von Negativmeldungen wie Protesten hingewiesen wurde. Wie also lässt sich diese Antwort erklären? Ein wichtiges Kriterium ist hierbei die Interpretation der Proteste. Von den Personen, welche die Proteste als (größtenteils) friedlich einschätzen (Gruppe 3), sagen zwar 69 Prozent, Rio sei unsicher bis sehr unsicher. Für 65 Prozent von ihnen hätten die Proteste allerdings nichts daran geändert. Nur 29 Prozent gehen von einer Verschlechterung aus. Die Befragten dagegen, welche die Proteste als gewalttätig oder radikal einschätzen (Gruppe 4), sagen zu 80 Prozent, Rio sei unsicher bis sehr unsicher. Im Unterschied zu Gruppe 3 sehen nur 32 Prozent von ihnen keine Veränderung, 63 Prozent dagegen eine Verschlechterung der Sicherheitslage durch die Proteste. Das hat direkte Auswirkungen auf das Reiseinteresse der beiden Gruppen. Bei Gruppe 3 sprechen 65 Prozent davon, die Proteste hätten keine negativen Auswirkungen auf ihr Rio-Interesse gehabt. Im Gegenteil dazu ist dieser Anteil bei Gruppe 4 mit 39 Prozent erheblich kleiner. Der Anteil der Personen, bei denen die Proteste eine starke Reduzierung des eigenen Interesses auslösten, ist in Gruppe 3 außerdem nur halb so groß wie in Gruppe 4. Daraus ergibt sich folgender Erklärungsansatz. Ob die Proteste negative Auswirkungen auf die Deutschen haben oder nicht, hängt von ihrer jeweiligen Interpretation ab. Werden sie negativ (d.h. gewalttätig bis radikal) wahrgenommen, sind die Auswirkungen auf das Image und das Reiseinteresse größer. Werden sie neutral (friedlich bis größtenteils friedlich) wahrgenommen, dann haben sie kaum Einfluss auf die Deutschen. Dass dabei den Medien eine große Bedeutung zukommt, ist logische Konsequenz dieser Erkenntnisse. Je nachdem, wie sie die Proteste in ihrer Berichterstattung thematisieren und erscheinen lassen, können sie dazu beitragen, dass die Proteste entweder als gewalttätige oder als friedliche Bewegung interpretiert werden.⁵²⁰ Diese Wichtig-

⁵¹⁹ „Wenn ein Deutscher von den Protesten gehört hat, dann verschlechtert sich dadurch seine Wahrnehmung von der Sicherheitslage in Rio.“ (H3a: Negative Effekte der Proteste I)

⁵²⁰ Damit könnte auch erklärt werden, warum fünf Prozent der Befragten von einer Verbesserung der Sicherheitslage durch die Proteste ausgehen. Medienberichte über die erhöhte Polizeipräsenz in Rio könnten dazu geführt haben, dass die Sicherheit als besser wahrgenommen wird als zuvor (frei nach dem Motto „Je mehr Polizei, desto mehr Sicherheit“). Imagekampagnen, welche die von der brasilianischen Regierung getroffenen Sicherheitsmaßnahmen thematisieren, können ein wichtiger Bestandteil sein, um die Problematik der Proteste in ihrer internationalen Wahrnehmung zu entschärfen.

keit der Medien ergab sich bereits als Ergebnis in Kapitel 2.4, als es um ihre Fähigkeit zur Beeinflussung der Rezipienten ging und wird bei den Handlungsempfehlungen in Kapitel 4.5.2 nochmals aufgegriffen.

Zuletzt soll Hypothese H3b⁵²¹ überprüfen, welche Rolle die Sicherheit für das Reiseverhalten der Deutschen spielt. Schließlich wurde in dieser Arbeit bereits mehrfach (z.B. in Kapitel 2.6) behauptet, sie sei die intervenierende Variable im Reiseentscheidungsprozess der Deutschen. Aber führen Sicherheitsbedenken immer automatisch zu einem Rückgang der Nachfrage? Bei den Befragten, die der Ansicht sind, die Sicherheit sei durch die Proteste schlechter geworden (Gruppe 5), weisen mehr als 30 Prozent ein stark reduziertes Interesse an Rio-Reisen auf. Nur für 28 Prozent von ihnen hat sich daran nichts geändert. Bei den Befragten, die sagen, die Sicherheit sei durch die Proteste nicht schlechter geworden oder habe sich gar verbessert (Gruppe 6), war fast kein stark reduziertes Interesse nachzuweisen (2 Prozent) und nahezu drei aus vier waren der Meinung, an ihrem Interesse habe sich nichts geändert. Bei Gruppe 5 erwarten daher 58 Prozent einen Rückgang der allgemeinen Besucherzahlen, bei Gruppe 6 dagegen nur 19 Prozent. Es lässt sich deswegen festhalten, dass die Sicherheit in der Tat ein wichtiger Faktor für die deutschen Urlaubsreisenden ist. Geht der Deutsche von einer Verschlechterung der Sicherheitslage in der Destination aus, verringert das auf der einen Seite sein eigenes Reiseinteresse. Auf der anderen schließt er dadurch auch auf einen gesamtgesellschaftlichen Trend, der auch für andere Touristen gültig sei.

Fazit: Der Verfasser konnte mithilfe seiner Befragung wichtige Aussagen seiner Arbeit bestätigen bzw. widerlegen. So wurde erstens deutlich, dass die Images von Rio de Janeiro und Brasilien ineinander übergehen und für viele Deutsche nahezu austauschbar sind. Zweitens ergab die Umfrage, dass Deutsche, die bereits nach Rio gereist sind, die Stadt anders wahrnehmen als die Gruppe ohne Rio-Erfahrungen. Für sie ist Rio erstens sicherer und zweitens haben sie ein größeres Interesse an einer erneuten Reise. Diesem Missverhältnis müsste Rio mit Imagekampagnen und Marketingmaßnahmen entgegensteuern, um sein touristisches Potential vollends entfalten zu können. Drittens konnte die These widerlegt werden, dass das alleinige Wissen über die Proteste im Land automatisch dazu führt, dass die Sicherheitslage vor Ort als schlechter wahrgenommen wird. Je nachdem, ob der Deutsche die Proteste als entweder gewaltsam oder friedlich einstuft, verringert sich sein Reiseinteresse bzw. bleibt es unverändert. Denn ohne die Sicherheit in der Destination geht es nicht. Schließlich zeigen die Deutschen, die eine Verschlechterung der Sicherheit durch die Proteste feststellen, gleichzeitig ein geringeres Interesse an einer Reise nach Rio de Janeiro. Außerdem glauben sie, dass auch andere Touristen so denken und daher auf eine Rio-Reise verzichten würden. Vor diesem Hintergrund ergibt sich die dringende Notwendigkeit, Maßnahmen zu suchen und umzusetzen, die zu einer Stabilisierung der Lage beitragen können. Mit diesem Thema beschäftigt sich das folgende Kapitel 4, indem es Handlungsempfehlungen für die einzelnen beteiligten Gruppen erarbeitet.

⁵²¹ „Wenn ein Deutscher die Sicherheitslage durch die Proteste als schlechter wahrnimmt, dann verringert das sein Interesse an einer Reise nach Rio.“ (H3b: Negative Effekte der Proteste II)

4 Touristische Handlungsempfehlungen

Nachdem im dritten Kapitel aufgezeigt wurde, dass auch während der WM mit einem erhöhten Gefahrenpotential in Form von Protesten, Streiks oder gewaltsamen Ausschreitungen zu rechnen ist, soll im vierten Kapitel untersucht werden, was alle beteiligten Gruppen tun können, um die Lage in Rio nicht eskalieren zu lassen. Der Fokus liegt hierbei auf den direkt am Tourismus beteiligten Gruppen (Touristen, Reiseveranstalter, touristische Leistungsträger, Veranstalter und Sponsoren), jedoch bedingen die Erkenntnisse dieser Arbeit auch eine branchenübergreifende Betrachtungsweise. Aufgrund ihrer enormen Bedeutung für die Entwicklung der Protestbewegung muss ebenso auf die Rolle der FIFA, der Medien und der Politik eingegangen werden.

4.1 Touristen

Damit der WM-Urlaub in Rio de Janeiro so angenehm und reibungslos wie möglich verläuft, sollten die deutschen Reisenden auf ein paar wichtige Grundregeln achten. Auch wenn die Reiseveranstalter mit Hinblick auf die Sicherheit im Norden Brasiliens insgesamt keinen Grund zur Sorge sehen, so muss dennoch gesagt sein, dass die drei Vorrundenspielorte der Deutschen laut einer Studie des *mexikanischen Bürgerrats für öffentliche Sicherheit und Strafgerichtsbarkeit* (*Consejo Ciudadano para la Seguridad Pública y Justicia Penal A.C.*) zu den 37 gewalttätigsten Städten der Welt zählen.⁵²² Die *Süddeutsche Zeitung* hebt in ihrer Onlineausgabe hervor, dass es vor allem der Norden sei, der in den letzten Jahren mit erhöhten Verbrechensraten aufgefallen sei.⁵²³ Daher sollte man versuchen, potentiellen Gefahren **vorzubeugen** und das Risiko so gering wie möglich zu halten. Zu vermeiden seien Ausflüge in die Favela, das Tragen von auffälliger Kleidung oder Schmuck, das Mitführen von originalen Ausweispapieren oder das Abheben an Geldautomaten bei Nacht.⁵²⁴ Falls es wirklich zu einem Überfall kommen sollte, dann dürfe man am besten keinen Widerstand leisten. Das *Auswärtige Amt* warnt, dass die Täter oft unter Drogeneinfluss stünden und nicht davor zurückschrecken würden, Gewalt anzuwenden.⁵²⁵ Daher sollte man auch immer einen kleineren Geldbetrag in bar mit sich führen, um den Täter zufrieden zu stellen.⁵²⁶ Das Risiko, vor Ort ohne Geld dazustehen, könnten deutsche Touristen minimieren, indem sie nicht nur auf Kreditkarten, sondern auch auf alternative Geldversorgungsmöglichkeiten wie Travellerschecks oder EC-Karten zurückgriffen.⁵²⁷ Des Weiteren sollte im Zuge der persönlichen Sicherheit auf Überlandfahrten bei Nacht verzichtet wer-

⁵²² Der Studie nach liegt Fortaleza auf Platz 37, Recife auf Platz 32 und Salvador auf Platz 22. Vgl. Consejo Ciudadano para la Seguridad Pública y Justicia Penal A.C. (11.01.2012): San Pedro Sula, la ciudad más violenta del mundo; Juárez, la segunda. URL: <http://www.seguridadjusticiapaz.org.mx/sala-de-prensa/541-san-pedro-sula-la-ciudad-mas-violenta-del-mundo-juarez-la-segunda> [Stand: 22.06.2014]

⁵²³ Vgl. Burghardt, Peter (03.05.2014): Sicherheitstipps für Touristen. So sicher ist Brasilien zur WM. URL: <http://www.sueddeutsche.de/reise/sicherheitstipps-fuer-touristen-so-sicher-ist-brasilien-zur-wm-1.1945452> [Stand: 22.06.2014]

⁵²⁴ Vgl. Burghardt (03.05.2014) [Stand: 22.06.2014]

⁵²⁵ Vgl. Auswärtiges Amt (18.06.2014) [Stand: 18.06.2014]

⁵²⁶ Vgl. Burghardt (03.05.2014) [Stand: 22.06.2014]

⁵²⁷ Vgl. BrasilienWM.de (2014a): Reisehinweise. Vor der Reise. URL: <http://brasilienwm.de/reisehinweise/vor-der-reise/> [Stand: 22.06.2014]

den.⁵²⁸ Diebstähle am Stand ließen sich vermeiden, indem nur das Allernötigste mitgenommen würde.⁵²⁹ Nachts greife man am besten auf ausgewiesene Taxis zurück, weil diese sicherer seien als die öffentlichen Verkehrsmittel der Stadt.⁵³⁰ (Natürliche Gefahren seien zwar der Vollständigkeit halber erwähnt, sie spielen aber hinsichtlich des Themas dieser Arbeit keine Rolle. Beispiele wie Sonnenbrand oder Moskitostiche könne man laut *BrasilienWM* u.a. durch die richtige Kleidung, Sonnencreme oder Insektenschutz verringern.⁵³¹) Diese Arbeit hat zwar gezeigt, dass sich die Proteste nicht gegen das ausländische Publikum richten, nichtsdestotrotz sollten Touristen aufpassen, nicht zwischen die Fronten zu geraten. Über die Härte, mit der die Polizei auf (zum Teil friedliche) Demonstranten reagiert, wurde bereits viel gesagt. Massenkundgebungen sollten deswegen unbedingt gemieden werden.⁵³² Es ist deswegen ratsam, sich immer rechtzeitig über geplante Protestaktionen oder Streiks zu informieren. Dabei hilft es, aufmerksam die Medien zu verfolgen und regelmäßig Rücksprache mit seiner Unterkunft oder dem Reiseveranstalter zu halten.⁵³³ Neben der Gefahr von gewalttätigen Ausschreitungen bergen Proteste und Streiks des Weiteren das Risiko, den Verkehr erheblich zu behindern.⁵³⁴ Daher sollten Fans mit Eintrittskarten zu den Spielen auf eine rechtzeitige Anreise zu den Stadien achten. Auch speziell auf die WM bezogen gilt es, einige grundlegende Empfehlungen zu beachten. FIFA-Generalsekretär *Jérôme Valcke* warnte unlängst davor, dass man Brasilien nicht mit Deutschland verwechseln dürfe.⁵³⁵ Das wichtigste sei eine ausgiebige **Vorbereitung**. Aufgrund der Sicherheitsbedenken und schwierigen Reisebedingungen vor Ort, solle bereits vor Reiseantritt alles bestmöglich geplant und organisiert sein. "Man kann nicht mit dem Rucksack ankommen und sagen, los geht's"⁵³⁶ lautete die Botschaft *Valckes*. So sei es beispielsweise nicht möglich, spontan im Auto zu übernachten. Auch die Strände würden sich nicht für solche Zwecke eignen.⁵³⁷ Hinzukommt, dass bei Flugbuchungen häufig die brasilianische Steuernummer CPF verlangt wird. Ohne diese Nummer kann der Buchungsvorgang auf den brasilianischen Webseiten nicht abgeschlossen werden.⁵³⁸ Daher sollten Flüge bzw. Unterkünfte unbedingt vor Abreise gebucht sein und auf spontane Reiseentscheidungen vor Ort sollte weitestgehend verzichtet werden. Die deutschen Touristen seien laut *BrasilienWM* zudem angeraten, sich im Vorfeld ihrer Reise um die notwendigen Impfungen und ihren Auslandskrankenschutz zu kümmern.⁵³⁹ Da man sich in Brasilien mit Deutsch nicht verständigen kann und zudem nur sehr wenige Brasilianer außerhalb der touristischen Zentren Englisch sprechen, ist es außerdem empfehlenswert einen Sprachführer oder ein Wörterbuch mit den wichtigsten Phrasen und Ausdrücken mitzunehmen.⁵⁴⁰ Der Verfasser empfiehlt als Online-Alternative pauker.at, da es im Vergleich zu anderen Angeboten neben dem Portugiesisch aus

⁵²⁸ Vgl. Auswärtiges Amt (18.06.2014) [Stand: 18.06.2014]

⁵²⁹ Vgl. Burghardt (03.05.2014) [Stand: 22.06.2014]

⁵³⁰ Vgl. Auswärtiges Amt (18.06.2014) [Stand: 18.06.2014]

⁵³¹ Vgl. BrasilienWM.de (2014a) [Stand: 22.06.2014]

⁵³² Vgl. Auswärtiges Amt (18.06.2014) [Stand: 18.06.2014]

⁵³³ Vgl. Auswärtiges Amt (18.06.2014) [Stand: 18.06.2014]

⁵³⁴ Vgl. BrasilienWM.de (2014b): Reisehinweise. Während der Reise. URL: <http://brasilienwm.de/reisehinweise/waehrend-der-reise/> [Stand: 22.06.2014]

⁵³⁵ Vgl. Valcke, Jérôme, zitiert nach Zeit Online (09.05.2014): Valcke warnt Fans: "Können nicht am Strand schlafen". URL: <http://www.zeit.de/news/2014-05/09/fussball-valcke-warnt-fans-koennen-nicht-am-strand-schlafen-09102602> [Stand: 22.06.2014]

⁵³⁶ Valcke, Jérôme, zitiert nach Zeit Online (09.05.2014) [Stand: 22.06.2014]

⁵³⁷ Vgl. Zeit Online (09.05.2014) [Stand: 22.06.2014]

⁵³⁸ Vgl. BrasilienWM.de (2014a) [Stand: 22.06.2014]

⁵³⁹ Vgl. BrasilienWM.de (2014a) [Stand: 22.06.2014]

⁵⁴⁰ Vgl. BrasilienWM.de (2014a) [Stand: 22.06.2014]

Portugal auch den Großteil der brasilianischen Begriffe umfasst.⁵⁴¹ Wer gerade keinen Zugriff aufs Internet hat, dem sei die Wörterbuch-App von bab.la empfohlen, da diese auch offline funktioniert.⁵⁴²

Fazit: Insgesamt gilt das Motto: je besser die Organisation vor Abflug, desto geringer das Risiko vor Ort. Wer zudem in Rio aufpasst, kann Gefahrensituationen zumeist umgehen. Das gilt vor allem für die zu erwartenden Proteste und Streiks. Die deutschen Auslandsvertretungen haben dazu eigens eine Webseite erstellt mit den wichtigsten Tipps und Infos zu Brasilien (BrasilienWM.de).⁵⁴³ Darüberhinaus informiert die App des Auswärtigen Amts „Sicher reisen“ über alles, was die deutschen Touristen in Rio beachten sollten.⁵⁴⁴ Falls doch etwas schief gehen sollte, helfen die Botschaft in Brasília sowie die Generalkonsulate in Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre und Recife.⁵⁴⁵ Deutsche Touristen sollten sich die Kontaktdaten daher unbedingt im Voraus notieren und nach Brasilien mitnehmen. Eine Registrierung in der elektronischen Deutschenliste erleichtert den Behörden im Notfall zudem die Kontaktaufnahme mit Freunden und Verwandten in der Heimat.⁵⁴⁶

4.2 Reiseveranstalter

Auch die Reiseveranstalter können dazu beitragen, das Risiko vor Ort zu minimieren. Pauschalreisen haben zwar nur einen geringen Anteil an den Brasilienreisen der Deutschen,⁵⁴⁷ allerdings findet sich eine Vielzahl von Anbietern, die den Hype um die Fußball-WM mit interessanten Kombiangeboten nutzen möchten.⁵⁴⁸ Daher soll im Folgenden untersucht werden, wie man als Reiseveranstalter Gefahren vermindern kann. Kapitel 3.2.3 hat dazu bereits erste Erkenntnisse aus der Praxis geliefert (allgemeine Information, 24-Stunden Notfallhotline, gegebenenfalls Streichung von Ausflügen). Aufgrund der großen Bedeutung, welche die Deutschen der Sicherheitslage beimessen, sollten Reiseveranstalter alles daran tun, etwaige Bedenken frühzeitig zu entkräften. Vor der Reise sollten sie im Dialog mit ihren Kunden die Maßnahmen betonen, welche die Sicherheit der Reisenden vor Ort garantieren sollen. Auf Nachfragen (vor und während der Reise) sollte schnellstmöglich, klar und wahrheitsgemäß reagiert werden. Es empfiehlt sich, an dieser Stelle eng mit den deutschen Auslandsvertretungen und brasilianischen Behörden zusammenzuarbeiten. Eine Liste mit den jeweiligen Kontaktdaten findet sich auf der Homepage des Auswärtigen Amts.⁵⁴⁹ Es ist davon auszugehen, dass die genannten Einrichtungen gerne

⁵⁴¹ Vgl. pauker.at: Portugiesisch Deutsch Wörterbuch mit 243.448 Übersetzungen Thesaurus deutsch. http://www.pauker.at/pauker/DE_DE/PT/wb/ [Stand: 22.06.2014]

⁵⁴² Vgl. bab.la: Apple Apps. URL: <http://de.bab.la/unternehmen/ios> [Stand: 22.06.2014]

⁵⁴³ Vgl. BrasilienWM.de (2014c): Wer wir sind. <http://brasilienwm.de/wer-wir-sind/> [Stand: 22.06.2014]

⁵⁴⁴ Vgl. Auswärtiges Amt (a): Sicher reisen - Ihre Reise-App. URL: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/mobil/Laenderinformationen/App_Text_mobil.html [Stand: 22.06.2014]

⁵⁴⁵ Vgl. BrasilienWM.de (2014c) [Stand: 22.06.2014]

⁵⁴⁶ Vgl. Auswärtiges Amt (b): Elektronische Erfassung von Deutschen im Ausland. URL: <https://service.diplo.de/elefandextern/home/registration!form.action> [Stand: 22.06.2014]

⁵⁴⁷ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁵⁴⁸ Vgl. Franke (2014): S. 12

⁵⁴⁹ Vgl. Auswärtiges Amt (c): Brasilien. Deutsche Vertretungen. URL: http://www.auswaertiges-amt.de/sid_27EE13BA477B2F4B59F8AC35C6967721/DE/Laenderinformationen/01-Laender/DeutscheAven/Brasilien/DeutscheVertretungen_node.html [Stand: 23.06.2014] / Vgl. Auswärtiges Amt (d): Brasilien. Vertretungen Brasilien. URL: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/Brasilien/VertretungenBrasilien_node.html [Stand: 23.06.2014]

kooperieren werden, schließlich wären Negativschlagzeilen bei Übergriffen auf Touristen verheerend für die von der brasilianischen Regierung erhofften Imagegewinne. Das Auswärtige Amt bietet zudem einen telefonischen Informationsservice unter den Nummern +49 30/1817-0 und +49 30/1817-2000 an.⁵⁵⁰ Wer rechtzeitig über aktuelle Vorgänge im Land informiert ist, kann diese Infos schneller an seine Kunden weitergeben und sein eigenes Programm dahingehend anpassen. Wenn vor diesem Hintergrund Ausflüge ausfallen müssen, dann mag das zwar für den Gast zunächst enttäuschend sein, ist aber mit Hinblick auf die negativen Konsequenzen (Rechtsfragen, Berichterstattung in den Medien, abwandernde Kunden) dringend zu empfehlen. Laut des *Deutschen Reiseverbandes* seien es nämlich die Reiseveranstalter, die sich durch einen Mehrwert aus Sicherheit, Service und Qualität auszeichnen würden.⁵⁵¹ Daher müsse die Branche den Warnungen des Auswärtigen Amts unbedingt Folge leisten, da sie sonst einen Vertrauensverlust ihrer Kunden riskiere. Eine Untersuchung des *Deutschen Instituts für Service-Qualität* ergab, dass es vor allem der Service sei, bei dem die Kunden sehr kritisch hinschauen würden (24,3 Prozent der befragten Pauschalreisenden war mit dem Service nicht zufrieden⁵⁵²). Er sei zudem das wichtigste Kriterium bei der Reiseveranstalterwahl.⁵⁵³ Es ist demnach ganz entscheidend, dem Kunden vor und während der Reise umfassende Unterstützung zukommen zu lassen.

Fazit: Auch wenn der Großteil der deutschen Brasilienurlauber zunehmend selbstständig bucht und reist, werden weiterhin bei fast jeder fünften Reise zumindest einzelne Reisebestandteile über einen Reiseveranstalter oder ein Reisebüro gebucht.⁵⁵⁴ Die Gefahren, welche von den Protesten ausgehen, können Reiseveranstalter dadurch reduzieren, dass sie ihre Kunden umfassend informieren, ihre Ausflüge entsprechend anpassen und im Notfall rund um die Uhr erreichbar sind. Denn je besser der Service eines Reiseveranstalters ist, desto größer sind seine Wettbewerbschancen. Wird die Sicherheitslage nämlich (wie aktuell in Brasilien) vor Reiseantritt als angespannt empfunden, kommt der Rio-Reisende dann aber ohne Negativerfahrungen wieder nach Hause, so wird er den Reiseveranstalter positiv in Erinnerung behalten. Das kann die Basis für eine langfristige Kundenbindung sein.⁵⁵⁵

⁵⁵⁰ Vgl. Auswärtiges Amt (e): Kontakt. URL: https://www.auswaertiges-amt.de/DE/Service/Kontakt/kontakt_node.html?https=1 [23.06.2014]

⁵⁵¹ Vgl. Büchy, Jürgen, zitiert nach Brückmann, Pascal (17.11.2013): Deutscher Reiseverband kritisiert ignorante Reiseveranstalter. URL: <http://www.derwesten.de/reise/deutscher-reiseverband-kritisiert-ignorante-reiseveranstalter-id8666859.html> [Stand: 23.06.2014]

⁵⁵² Vgl. Deutsches Institut für Service-Qualität (24.04.2013): Kundenbefragung Reiseveranstalter. URL: <http://disq.de/2013/20130424-Reiseveranstalter.html> [Stand: 23.06.2014]

⁵⁵³ Vgl. Deutsches Institut für Service-Qualität (24.04.2013) [Stand: 23.06.2014]

⁵⁵⁴ Vgl. Ministério do Turismo (August 2013): S. 6

⁵⁵⁵ Insgesamt ist die Zufriedenheit der Deutschen mit ihren Reiseveranstaltern hoch. Das *Deutsche Institut für Service-Qualität* sieht jedoch Nachbesserungspotential beim Service. Die Veranstalter, die sich hier signifikant verbessern können, dürfen auf große Wettbewerbsvorteile hoffen. Schließlich ziehen 98 Prozent der zufriedenen Kunden den gleichen Reiseveranstalter für ihre nächste Reise wieder in Betracht. Vgl. Deutsches Institut für Service-Qualität (24.04.2013) [Stand: 23.06.2014]

4.3 Touristische Leistungsträger

Ein großer Kritikpunkt im Vorfeld der Fußball-WM war der rapide Preisanstieg touristischer Leistungen. Dieser Trend war zwar generell in Brasilien festzustellen, in Rio allerdings besonders stark. Das ist mit Hinblick auf die Proteste deswegen problematisch, weil er den Eindruck der Brasilianer verstärkt, dass die WM nicht für die brasilianische Allgemeinheit, sondern nur für vermögende Touristen und eine kleine Gruppe privilegierter Landsmänner sei. Das kann die Stimmung im Land weiter negativ anheizen. Die Internetplattform *TripAdvisor* fand heraus, dass es in insgesamt sieben von zwölf Austragungsstädten zu mindestens einer Verdoppelung der Hotelraten in den letzten zwölf Monaten gekommen sei.⁵⁵⁶ Die brasilianische Tourismusbehörde *Embratur* sah sich bereits gezwungen, bei der FIFA und den Repräsentanten der nationalen Hotellerie für eine Neuanpassung der Preise zu werben.⁵⁵⁷ Schließlich lägen manche Hotels bei 600⁵⁵⁸ Prozent der üblichen Raten im selben Zeitraum. Im Durchschnitt sei die Quote zwar etwas niedriger (200 bis 350⁵⁵⁹ Prozent), dennoch könne man Anstiege in allen zwölf Spielorten verzeichnen. Würden die Preise auf einem derart hohen Niveau verbleiben, könnten auf lange Sicht – so die Befürchtung der *Embratur* – negative Imageeffekte bei den Touristen die Folge sein.⁵⁶⁰ Auch das schweizerische Unternehmen Match, welches als offizieller Partner der FIFA exklusiv für die Vermittlung von Hospitality-Angeboten während der WM zuständig ist, trage mit Mark-Ups von 40⁵⁶¹ Prozent zum rasanten Anstieg der Preise bei. Schon die deutschen Reiseveranstalter hatten in einem Bericht des Tourismusmagazins *Travel One* die Preispolitik der Brasilianer heftig kritisiert. *Steven Mathes*, Inhaber der Lingenfelder Reiselounge, bezeichnete sie als „absolute Frechheit“⁵⁶² und *Manfred Prestel*, Produktleiter für Brasilien von Miller-Reisen, wolle bei dieser „Preistreiberei von FIFA und Hotels“⁵⁶³ nicht mitmachen. Als Beispiele führt *Travel One* auf, dass ein normaler Taxitransfer anstatt 30 US Dollar nun 105 US Dollar und eine Stadtrundfahrt anstelle von 210 US Dollar jetzt 500 US Dollar kosten würde.⁵⁶⁴ Mietet der Veranstalter einen Bus, so würde er heute 2.500 US Dollar pro Tag zahlen (normaler Preis: 600 US Dollar).⁵⁶⁵ Diese Preisanstiege lassen sich kaum rechtfertigen, müssen aber vom Reiseveranstalter an seine Kunden weitergegeben werden. Das Wucher-Image könnte demnach nicht nur die brasilianischen Touristen treffen, sondern auch Rio-Reisende aus Deutschland. Schaut man exemplarisch auf die WM-Angebote von Vietentours, so kostet eine Reise über den kompletten Zeitraum des Turniers bis zu 16.650 Euro.⁵⁶⁶ Eine Reise zum Finale in Rio schlägt mit 7.270

⁵⁵⁶ Vgl. TripAdvisor (28.05.2014): TripAdvisor Reveals The Costs To Visit Brazil's Soccer Host Cities. URL: <http://ir.tripadvisor.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=850876> [Stand: 14.06.2014]

⁵⁵⁷ Vgl. Costa, Camilla (21.08.2013): Embratur pede que Fifa e hotéis diminuem preços para Copa. URL: http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/08/130820_embratur_copa_precos_cc.shtml [Stand: 24.06.2014]

⁵⁵⁸ Vgl. Rüb, Matthias (22.10.2013): Preiswucher zur WM verärgert die Fans in Brasilien. URL: <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/steigende-flug-und-hotelkosten-preiswucher-zur-wm-veraergert-die-fans-in-brasilien-12627186.html> [Stand: 24.06.2014]

⁵⁵⁹ Vgl. Rüb (22.10.2013) [Stand: 24.06.2014]

⁵⁶⁰ Vgl. Embratur, zitiert nach Costa (21.08.2013) [Stand: 24.06.2014]

⁵⁶¹ Vgl. Costa (21.08.2013) [Stand: 24.06.2014]

⁵⁶² Steven, Mathes, zitiert nach Franke (2014): S. 11

⁵⁶³ Manfred, Prestel, zitiert nach Franke (2014): S. 12

⁵⁶⁴ Vgl. Franke (2014): S. 12

⁵⁶⁵ Vgl. Franke (2014): S. 12

⁵⁶⁶ Vgl. Vietentours (2014a): WM Brasilien. Komplette WM. URL: <http://www.vientours.com/fussball-weltmeisterschaft/wm-vorbuchen/komplette-wm> [Stand: 24.06.2014]

Euro zu Buche.⁵⁶⁷ Wichtig dabei: die Preise beinhalten keine Eintrittskarten. Die negativen Imagebefürchtungen der Embratur könnten sich also auch für das Ausland bestätigen. Bei den Airlines ergebe sich einem FAZ-Bericht zufolge ein ähnliches Bild. Für die Strecke São Paulo-Rio de Janeiro zahle man während der WM einen Preis, der zehnmal höher liege als normal. Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* ermittelte bei der Fluggesellschaft Avianca einen Anstieg von 75 Euro auf 990 Euro.⁵⁶⁸ Für diesen Preis könne man auch nach Paris oder New York fliegen. Die brasilianische Verbraucherschutzorganisation Procon hat vor diesem Hintergrund bereits eine Sammelklage gegen fünf Airlines wegen „missbräuchlicher Preisgestaltung“⁵⁶⁹ eingereicht.

Fazit: Auch wenn die Preise zur WM gerade wieder etwas zurückgehen,⁵⁷⁰ dürfte ein negativer Beigeschmack für die Touristen bleiben, die frühzeitig und zu überteuerten Raten gebucht haben. Das ist schädlich für das Image im Ausland, aber ganz besonders für den Großteil der armen Brasilianer, die das Gefühl entwickeln könnten, die Fußball-WM zwar mit ihren Steuergeldern zu bezahlen, aber letztlich nicht daran teilnehmen zu dürfen. Eine derartige Unzufriedenheit kann als Nährboden für spätere Proteste dienen. Deswegen sollte es dringend zu einem Einlenken der touristischen Leistungsträger kommen. Freilich führt eine erhöhte Nachfrage immer zu steigenden Preisen. Diese dürften laut *Embratur* allerdings nicht ins Absurde ausarten.⁵⁷¹

4.4 Marketingabteilungen des Destinationsmanagements, der Veranstalter und der Unternehmen

Die Stimmung in Brasilien vor dem Turnierstart lässt sich nach den Erkenntnissen aus dem dritten Kapitel als sehr WM-kritisch beschreiben. Das Motto „Não vai ter copa“ (Es wird keine WM geben), welches zum Leitspruch der Protestbewegung wurde, verdeutlicht die ablehnende Haltung der Brasilianer. Die internationalen Gäste sahen sich zudem einer Vielzahl von negativen Schlagzeilen aus Brasilien ausgesetzt. Diese Arbeit hat gezeigt, dass dadurch die Wahrnehmung Brasiliens bei seinen potentiellen Besuchern gelitten haben könnte. Daraus ergibt sich ein dringender Handlungsbedarf nach einer effektiven, zweiseitigen Imagearbeit. Zum einen sollten die Marketingabteilungen der beteiligten Image-Player (bestehend aus Destinationsmanagement, Veranstalter des Turniers und Unternehmen) versuchen, die Einstellung des heimischen Publikums zu verbessern, damit die ausländischen Gäste während ihrer Reise eine positive, gastfreundliche Atmosphäre vorfinden. Auf der anderen Seite müssen Risikobedenken der internationalen Touristen entkräftet und die positiven Aspekte einer Brasilienreise bekräftigt werden. In Anhang 4 finden sich dazu ergänzend fünf Grundregeln, die der Verfasser selektiv

⁵⁶⁷ Vgl. Vietentours (2014b): WM Brasilien. Finale. URL: <http://www.vietentours.com/fussball-weltmeisterschaft/wm-vorbuchen/finale> [Stand: 24.06.2014]

⁵⁶⁸ Vgl. Rüb (22.10.2013) [Stand: 24.06.2014]

⁵⁶⁹ Exame (01.11.2013): Procon acusa aéreas de praticar preços abusivos para Copa. URL: <http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/procon-acusa-aereas-de-praticar-precos-abusivos-para-copa> [Stand: 24.06.2014]

⁵⁷⁰ Vgl. Die Welt (27.05.2014): Hotelzimmer zur Fußball-WM sind nun billiger. URL: <http://www.welt.de/wirtschaft/article128470376/Hotelzimmer-zur-Fussball-WM-sind-nun-billiger.html> [Stand: 24.06.2014]

⁵⁷¹ Vgl. Embratur, zitiert nach Costa (21.08.2013) [Stand: 24.06.2014]

für ein erfolgreiches Destinationsmarketing zusammengestellt hat.⁵⁷² Ein erster Blick lässt bereits zwei wichtige offizielle Kampagnen erkennen. So wirbt Präsidentin *Rousseff* seit Ende letzten Jahres damit, die Fußball-WM in Brasilien würde die Weltmeisterschaft der Weltmeisterschaften (Copa das Copas) werden.⁵⁷³ Das sei laut eines Berichts der Tageszeitung *Folha de São Paulo* darauf zurückzuführen, dass die ursprüngliche Marketingstrategie nicht funktioniert habe. Zunächst sei nämlich verstärkt auf das Erbe der Fußball-WM, wie z.B. Verbesserungen der Infrastruktur, verwiesen worden.⁵⁷⁴ Nachdem der brasilianischen Bevölkerung allerdings klar geworden sei, dass viele ihrer Hoffnungen dieser Art unerfüllt bleiben würden, hätte sich ihr Widerstand massiv erhöht. Daher sei der Fokus nun auf die Euphorie und den Stolz der Brasilianer gelegt worden, die WM im eigenen Land austragen zu dürfen.⁵⁷⁵ Das kann eine Erklärung dafür sein, warum sich der jahrelange Abwärtstrend in der Zustimmung zur WM seit Februar nicht fortgesetzt hat.⁵⁷⁶ Künftige Kampagnen an der Liebe der Brasilianer zum Fußball aufzuhängen, erscheint daher als erfolgsversprechender Marketingansatz. Pepsi schnappte diese Fußballbegeisterung auf, kombinierte sie mit einem Wettbewerbsaspekt und entwickelte einen neuen interaktiven Warenautomaten. Hobbyfußballer müssen dabei einen virtuellen Ball hochhalten. Wer sich am besten anstellt, bekommt das gewünschte Getränk im Anschluss umsonst.⁵⁷⁷ Eine andere erfolgreiche Taktik lässt sich bei Adidas erkennen. So bezog der Sportartikelhersteller die brasilianische Bevölkerung mit ein, als es darum ging einen Namen für den offiziellen WM-Ball zu finden. Über eine Million⁵⁷⁸ Brasilianer stimmte letztlich für den heutigen Namen Brazuca.⁵⁷⁹ Die Anzahl der Follower auf Twitter ist im Juni 2014 mehr als doppelt so hoch.⁵⁸⁰

Beim ausländischen Publikum sollten vor allem die positiven Imagebestandteile bekräftigt werden, die im Rahmen des dritten Kapitels erarbeitet worden sind. Dort wurde gesagt, dass das Image des Landes keineswegs gefestigt sei, sondern zwischen einem positiven und einem negativen Pol pendle. Die brasilianische Tourismusbehörde Embratur hat daher eine zweite offizielle Kampagne gestartet.⁵⁸¹ Diese besteht aus zwei kurzen Imagefilmen mit den Namen Begegnungen (Encontros) und Tanz (Baile). Während ersterer hauptsächlich die Lebensfreude und Gastfreundschaft der Brasilianer sowie die natürliche und kulturelle Vielfalt des Landes

⁵⁷² Vgl. S. XXXV

⁵⁷³ Vgl. Nery, Natuza/Coutinho, Filipe (09.02.2014): Protestos fizeram governo mudar discurso sobre Copa. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/02/1409525-protestos-fizeram-governo-mudar-discurso-sobre-copa.shtml> [Stand: 25.06.2014]

⁵⁷⁴ Vgl. Nery/Coutinho (09.02.2014) [Stand: 25.06.2014]

⁵⁷⁵ Vgl. Nery/Coutinho (09.02.2014) [Stand: 25.06.2014]

⁵⁷⁶ Die Zustimmungswerte sind von 79 Prozent im November 2008 auf 65 Prozent im Juni 2013 gefallen. Bis Februar 2014 kam es zu einem erneuten Rückgang auf 52 Prozent. Seitdem bewegen sich die Zahlen konstant um die 50 Prozentmarke. Vgl. Datafolha (03.06.2014-05.06.2014): S. 2 [Stand: 17.06.2014]

⁵⁷⁷ Vgl. Joseph, Sebastian (13.05.2014): Pepsi vending machine rewards football skills with free drinks. URL: <http://www.marketingweek.co.uk/sectors/food-and-drink/news/pepsi-vending-machine-rewards-football-skills-with-free-drinks/4010486.article> [Stand: 25.06.2014]

⁵⁷⁸ Vgl. Jessop, Alicia (14.06.2014): Surrounding The World Cup, Adidas Launches The Largest Marketing Campaign In Adidas Soccer's History. URL: <http://www.forbes.com/sites/aliciajessop/2014/06/14/surrounding-the-world-cup-adidas-launches-the-largest-marketing-campaign-in-adidas-soccers-history/> [Stand: 25.06.2014]

⁵⁷⁹ Der Name Brazuca beschreibt umgangssprachlich das brasilianische Lebensgefühl. Um den Ball herum wurde von Adidas eine große Medienkampagne inszeniert. Vor allem den sozialen Netzwerken schreibt Adidas dabei eine große Bedeutung zu. Vgl. Jessop (14.06.2014) [Stand: 25.06.2014]

⁵⁸⁰ Vgl. Brazuca (2014): Twitter. I am @brazuca. URL: <https://twitter.com/brazuca> [Stand: 25.06.2014]

⁵⁸¹ Vgl. FVW Touristik und Business Travel (13.05.2014): Brasilien. Neue Werbekampagne zum WM-Start. URL: <http://www.fvw.de/index.cfm?cid=11177&pk=131529&event=showarticle> [Stand: 25.06.2014]

thematisiert, spiegelt letzterer die Leidenschaft, die Musik und die Feierlaune in Brasilien wieder.⁵⁸² Diese Erkenntnisse decken sich sowohl mit den Ergebnissen aus Kapitel 2.2 über das touristische Angebot Rios als auch mit den Imageaspekten der Stadt aus Kapitel 3.2. Da Brasilien darüberhinaus über eine große Anzahl berühmter Persönlichkeiten verfügt, könnten Testimonials verwendet werden, um die Botschaften zusätzlich zu verstärken. Da viele von ihnen auch über die Landesgrenzen hinaus bekannt sind (z.B. Pelé, Gisele Bündchen oder Ronaldo)⁵⁸³ könnte das sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene stattfinden. Schließlich ergab das zweite Kapitel, dass Prominente (versteckt induzierte Quellen) eine größere Wirkung hätten, als Imagemaßnahmen, die direkt von der Destination selbst stammen würden (offen induziert).

Fazit: Anhand der ausgewählten Beispiele zeigt sich, dass Werbe- und Imagemaßnahmen trotz der allgemeinen Skepsis im In- und Ausland durchaus Erfolg haben können. Wichtig für den nationalen Markt ist es dabei, die Brasilianer bei ihrer Leidenschaft zum Fußball zu packen und sie aktiv miteinzubeziehen. Dadurch kann das Gefühl verstärkt werden, dass die Fußball-WM für das brasilianische Volk stattfindet. Ausländische Gäste lassen sich durch typische „Feel-Good“-Botschaften ködern. Das umfassende Imagekapital Brasiliens bietet dafür reichlich Material und Möglichkeiten (z.B. Musik, Gastlichkeit oder Lebensfreude).

4.5 Sonstige, nicht-primär-touristische Gruppen

4.5.1 FIFA

Auch der FIFA kommt eine besondere Bedeutung für die Entwicklung der Proteste zu (wie vor allem bei einem Blick in Anhang 7 deutlich wird), schließlich finanziert die brasilianische Regierung das wichtigste Turnier des Fußball-Weltverbands mit etwa 8,6 Milliarden Euro.⁵⁸⁴ Und das, obwohl auf der einen Seite (zumindest finanzielle) Gewinne fraglich sind und auf der anderen eine Vielzahl öffentlicher Dienstleistungen des Landes dringende Investitionen benötigen würde. Vor allem das arrogante öffentliche Auftreten ihrer wichtigsten Repräsentanten mag viel zum neuen FIFA-Image als „Besatzungsmacht“ beigetragen haben. Dabei formuliert der Weltverband als Hauptzweck neben der Verbesserung des Fußballs: „Unsere Verantwortung geht über den Fussball [sic!] hinaus, indem wir das Los junger Menschen und ihres Umfelds verbessern, die negativen Folgen unserer Arbeit eindämmen und die positiven Auswirkungen maximieren müssen.“⁵⁸⁵ Dabei solle besondere Rücksicht auf dem völkerverbindenden, erzieherischen, kulturellen und humanitären Stellenwert des Fußballs liegen.⁵⁸⁶ Wer also auf der einen Seite demokratische Ziele proklamiert, auf der anderen aber Milliarden einnimmt, schafft sich selbst eine große Angriffsfläche. Sobald die Brasilianer nämlich das Gefühl haben, die FIFA teile keine Gewinne, sondern nur die Risiken der WM mit dem Gastgeberland, dann sind negative Effekte für die Stimmung im Land unumgänglich. Genau das ist aber in Brasilien

⁵⁸² Vgl. FVW Touristik und Business Travel (13.05.2014) [Stand: 25.06.2014]

⁵⁸³ Vgl. Gondim Mariutti/de Moura Engracia Giralddi/Lucirton Costa (2013): S. 113

⁵⁸⁴ Vgl. Kanno (2014) [Stand: 14.06.2014]

⁵⁸⁵ FIFA (a) [Stand: 03.06.2014]

⁵⁸⁶ Vgl. FIFA (a) [Stand: 03.06.2014]

passiert. Das Image der FIFA habe deswegen laut *Hamburgischem Weltwirtschaftsinstitut* stark gelitten.⁵⁸⁷ Das mag auch mit Äußerungen ihrer wichtigsten Repräsentanten zusammen hängen. FIFA-Generalsekretär *Valcke* sprach im Rahmen des Confed-Cups davon, dass die FIFA ungerecht behandelt würde. Schließlich sei nicht sie für die Probleme des Landes verantwortlich.⁵⁸⁸ Auch ihr Präsident Joseph Blatter oder FIFA-Berater Franz Beckenbauer reagierten wenig sensibel auf die Vorgänge in Brasilien.⁵⁸⁹ In den Augen des *HWWI* würden auch die Vergabepraktiken des Fußball-Weltverbands dazu führen, dass die kritischen Stimmen nicht ermüden.⁵⁹⁰ Schaut man sich die zukünftigen Gastgeberländer Russland und Katar an, so ließe sich vermuten, dass bei der Entscheidung weniger fußballerische als wirtschaftliche Interessen im Vordergrund gestanden waren. Auf der einen Seite könne man dort neue Märkte erschließen, auf der anderen seien autoritäre Staaten besser geeignet, ihrer Bevölkerung das enge Regelkorsett der FIFA anzulegen. Denn während demokratische Staaten ihre Bürger in Entscheidungen einbeziehen müssten, könnten Russland und Katar leichter umfassende Zugeständnisse an die FIFA machen (z.B. in Form von Umsiedlungen, Bebauung von Naturschutzgebieten oder hohen Investitionsgarantien).⁵⁹¹ Eine dänische Studie belegt, dass die großen Sportereignisse zunehmend aus ihrem westlichen Kernland (Europa und Nordamerika) in neue Märkte abwandern.⁵⁹² Das Problem einer solchen Entwicklung: die Kernzielgruppe sowie das Gros der Sponsoren und Medienvertreter seien immer noch in Europa. 90⁵⁹³ Prozent der Einnahmen würden laut der genannten Studie dort generiert werden. Die FIFA laufe somit zum einen Gefahr, das Prestige ihres wichtigsten Produkts zu verspielen. Zum anderen könnten autoritäre Regime die Events für ihre politische Propaganda missbrauchen.⁵⁹⁴

Fazit: Die FIFA hat mit ihrer Fußball-Weltmeisterschaft ein Produkt geschaffen, das an globalem Interesse kaum zu überbieten ist. Nichtsdestotrotz muss man hinterfragen, ob die ursprünglichen Ideale durch den immensen Erfolg der Veranstaltung im Laufe der Zeit verloren gegangen sind. Die Mission und die Statuten der FIFA lesen sich vorbildlich, stehen aber zunehmend im Widerspruch zu den alltäglichen Praktiken. Neue Korruptionsvorwürfe im Umfeld der Fußball-WM in Katar befeuern diese Entwicklung.⁵⁹⁵ Es muss daher dringend zu einem Umdenken im Fußball-Weltverband kommen. Die Menschen im Gastgeberland müssen wieder das Gefühl haben, dass sie Teil der WM sind und nicht nur Mittel zum Zweck. Auch die Konzeption der Fußball-WM müsse laut *HWWI* dahingehend abgeändert werden, dass die strengen Regeln und Vorschriften der FIFA variabel an das jeweils ausrichtende Land angepasst werden

⁵⁸⁷ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 17

⁵⁸⁸ Vgl. Valcke, Jérôme, zitiert nach Smith, Ben (24.06.2013): Brazil will definitely host World Cup 2014, says Fifa. URL: <http://www.bbc.com/sport/0/football/23041223> [Stand: 23.06.2014]

⁵⁸⁹ Vgl. Süddeutsche.de (20.06.2013): Sepp Blatter und die Krawalle in Brasilien. Augenverschleißer auf Welttournee. URL: <http://www.sueddeutsche.de/sport/sepp-blatter-und-die-krawalle-in-brasilien-augenverschliesser-auf-welttournee-1.1701243> [Stand: 23.06.2014]

⁵⁹⁰ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 17

⁵⁹¹ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 17

⁵⁹² Vgl. Bang, Søren (04.05.2011): Western countries are losing the race for major sporting events. URL: <http://www.playthegame.org/news/news-articles/2011/western-countries-are-losing-the-race-for-major-sporting-events/> [Stand: 23.06.2014]

⁵⁹³ Vgl. Bang (04.05.2011) [Stand: 23.06.2014]

⁵⁹⁴ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 17

⁵⁹⁵ Vgl. Richter, Arne (11.06.2014): Der ewige Sepp: Blatter will 2015 erneut als Fifa-Chef kandidieren. URL: <http://www.abendblatt.de/sport/fussball/wm-2014/article128975548/Der-ewige-Sepp-Blatter-will-2015-erneut-als-Fifa-Chef-kandidieren.html> [Stand: 23.06.2014]

könnten.⁵⁹⁶ Nur wenn die Rahmenbedingungen passen, d.h. die Bevölkerung einbezogen und die Umwelt geschützt wird, sei eine WM vereinbar mit den klassischen Werten des Sports. Und nur dann sei eine WM glaubwürdig.⁵⁹⁷ Für die Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien kommt eine derlei grundlegende Umgestaltung zu spät. Allerdings können auch dort die Verantwortlichen der FIFA mit ihren Aussagen entweder fördernd oder schlichtend im Bezug auf die Entstehung von Protesten wirken. In der Vergangenheit stellten sie sich dabei nicht immer geschickt an. Für die Zukunft ist ein Wandel unabdingbar. Fraglich bleibt, ob dieser mit Joseph Blatter an der Spitze möglich ist.⁵⁹⁸

4.5.2 Medien

Die klassischen Medien hatten ganz erheblichen Einfluss auf den Verlauf der Juni-Proteste in Brasilien. Erst durch die Kehrtwende in der Berichterstattung nahm die Bewegung rasant an Fahrt auf, wie das zweite Kapitel belegen konnte. Das lässt sich mit den mannigfachen Wirkungen der Massenmedien erklären. Laut der *Bundeszentrale für politische Bildung (BPB)* würden sie sowohl das Wissen, als auch das Problembewusstsein und die Meinungen der Gesellschaft beeinflussen.⁵⁹⁹ Man erkennt deutlich die gesellschaftliche Verantwortung, die sich daraus ableitet. Diese birgt aber auch die Gefahr, von der Politik oder anderen Interessensgruppen für eigene Zwecke missbraucht zu werden. Die Organisation *Reporter ohne Grenzen* formuliert das so: „Pressefreiheit ist die Basis einer demokratischen Gesellschaft.“⁶⁰⁰ Sie führt Brasilien in ihrer Rangliste der Pressefreiheit auf Platz 111 von 180 Nationen.⁶⁰¹ Das sei zum einen auf die starke Besitzkonzentration zurückzuführen (Die großen Rundfunksender und Printmedien des Landes liegen in den Händen von nur zehn Unternehmerfamilien).⁶⁰² Zum anderen auf die hohe Einflussnahme durch die Politik.⁶⁰³ Darüberhinaus komme es immer wieder zu gewaltsamen Übergriffen auf Journalisten (zu einem Großteil durch die Polizei), was ungewöhnlich sei für ein Land, das sich weder im Krieg noch im Bürgerkrieg befände.⁶⁰⁴ Aus dieser abhängigen, subjektiven Berichterstattung resultiert folgendes Problem. Durch pauschale mediale Kriminalisierung der Proteste, wie sie die *Heinrich-Böll-Stiftung* beispielsweise im Anschluss an den Tod des

⁵⁹⁶ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 19

⁵⁹⁷ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 19

⁵⁹⁸ Joseph Blatter gab am im Vorfeld der Fußball-WM seine erneute Kandidatur für das Präsidentenamt der FIFA bekannt. Widerstand kommt dabei vor allem von den FIFA-Delegierten aus Europa, die den 78-jährigen Blatter als Gegner der Reform des Verbandes sehen. Allerdings kann er auf breite Unterstützung aus den anderen Konföderationen hoffen. Der Ausgang dieses Machtkampfes ist zum jetzigen Zeitpunkt noch ungewiss. Vgl. Richter (11.06.2014) [Stand: 23.06.2014]

⁵⁹⁹ Vgl. Baumann, Eva/Keller, Katrin/Maurer, Marcus/Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (08.06.2011): Wie Medien genutzt werden und was sie bewirken. URL: <http://www.bpb.de/izpb/7543/wie-medien-genutzt-werden-und-was-sie-bewirken?p=all> [Stand: 25.06.2014]

⁶⁰⁰ Reporter ohne Grenzen: Pressefreiheit - warum?. URL: <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/themen/pressefreiheit-warum/> [Stand: 25.06.2014]

⁶⁰¹ Vgl. Reporter ohne Grenzen (2014a): Rangliste der Pressefreiheit 2014. URL: https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/Redaktion/Presse/Downloads/Ranglisten/Rangliste_2014/140211_Rangliste_Deutsch_Tabelle.pdf [Stand: 25.06.2014]

⁶⁰² Vgl. Reporter ohne Grenzen (2014b): Brasilien: Die Situation der Pressefreiheit im Überblick. URL: <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/laender/amerika/brasilien/ueberblick/> [Stand: 25.06.2014]

⁶⁰³ Vgl. Reporter ohne Grenzen (2014b) [Stand: 25.06.2014]

⁶⁰⁴ Vgl. Reporter ohne Grenzen (2014b) [Stand: 25.06.2014]

Kameramanns Andrade feststellte,⁶⁰⁵ kann eine hohe Ablehnung der Demonstrationen in der brasilianischen Bevölkerung provoziert werden. Werden Bilder von Gewalt und Brutalität in den Medien regelmäßig von einem Rezipienten konsumiert, so führe das laut *BPB* zu einem Kultivierungseffekt. Die Gesellschaft werde dann krimineller eingeschätzt als sie wirklich sei.⁶⁰⁶ Oder in diesem Fall eben die Proteste. Das könne dem *GIGA-Institut* zur Folge haben, dass weniger Brasilianer auf die Straße gingen, weil sie Angst hätten vor Randalierern und der gewaltsamen Reaktion der Polizei.⁶⁰⁷ Sie verzichten auf ihr demokratisches Recht zu protestieren, da sie durch das in den Medien kolportierte Bild einer Krawallbewegung eingeschüchtert sind. An dieser Stelle müsste also eine Neuausrichtung der brasilianischen Medienlandschaft gefordert werden. Da ein solcher Wandel allerdings eher nicht zu erwarten ist und auch kurzfristig kaum zu realisieren wäre, müsste zumindest die Art und Weise der Berichterstattung angepasst werden. Im Moment ließe sich nämlich laut *Intervozes*⁶⁰⁸ eine Diskrepanz erkennen zwischen dem, was Brasilianer während der Proteste auf der Straße sehen würden und den danach von den Medien verbreiteten Bildern und Botschaften.⁶⁰⁹ Dadurch scheinen die Brasilianer ihr Vertrauen in die klassischen Medien verloren zu haben, was sich in Form von entsprechenden Parolen und Beleidigungen gegenüber Reportern geäußert hat.⁶¹⁰ Dass sich diese Aggression gegen die etablierten Medienkonzerne im Hintergrund richtete und nicht gegen ihre Vertreter auf der Straße, wurde deutlich, als Protestler Journalisten zu Hilfe kamen, als diese von der Polizei attackiert wurden.⁶¹¹ Es lässt sich somit bilanzieren, dass sich das brasilianische Volk eine unabhängigere Medienlandschaft wünscht. Das zeigt der Erfolg des *NINJA*-Netzwerks, welches vor den Protesten ungefähr 48.000⁶¹² Follower auf Facebook gehabt hatte. Ein Jahr später sind es bereits 285.000⁶¹³. Wo traditionelle Medien die Vorgänge erst nach und nach erfassen und aufbereiten müssten, seien die *NINJAs* laut eigenen Worten bereits vor Ort und würden die Geschehnisse live ins Internet streamen.⁶¹⁴ Jeder könne dabei selbst zum Medienvertreter werden – direkt und unabhängig. Das *BPB* bezeichnet das Internet mittlerweile nicht umsonst als „wichtige Plattform für die aktive politische Beteiligung der Bürger“⁶¹⁵. Aber auch *NINJA* müsse sich dabei laut *Moretzsohn* weiterentwickeln. Ihrer Meinung nach sei es problematisch, dass die *NINJAs* sowohl die Autoren als auch die Protagonisten ihrer Beiträge seien. So müssten die Berichte aufgearbeitet werden, damit sie von der breiten Masse verstanden würden.⁶¹⁶

Fazit: Der hohe Einfluss der Medien auf die Gesellschaft bestätigte sich in Brasilien, als ein Umschwenken der klassischen Medien einen öffentlichen Stimmungswandel bedingte und zu

⁶⁰⁵ Vgl. Bartelt, Dawid D. (2014b): Die Stunde der Unzufriedenen. URL: <https://www.amnesty.de/journal/2014/april/die-stunde-der-unzufriedenen> [Stand: 15.06.2014]

⁶⁰⁶ Vgl. Baumann/Keller/Maurer/Quandt/Schweiger (08.06.2011) [Stand: 25.06.2014]

⁶⁰⁷ Vgl. Stolte (2014): S. 7

⁶⁰⁸ Intervozes ist eine brasilianische Organisation, die sich für die Durchsetzung der Menschenrechte in den Kommunikationsmedien des Landes einsetzt. Vgl. Intervozes: Quem Somos. URL: <http://intervozes.org.br/quem-somos/> [Stand: 25.06.2014]

⁶⁰⁹ Vgl. Ekman, Pedro, zitiert nach Fraga, Isabela (05.07.2013): Protests in Brazil heighten debate on quality of mass media's coverage. URL: <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-14110-protests-brazil-heighten-debate-quality-large-medias-coverage> [Stand: 25.06.2014]

⁶¹⁰ Vgl. Fraga (05.07.2013) [Stand: 25.06.2014]

⁶¹¹ Vgl. Fraga (05.07.2013) [Stand: 25.06.2014]

⁶¹² Vgl. Fraga (05.07.2013) [Stand: 25.06.2014]

⁶¹³ Vgl. *NINJA*: Facebook. *NINJA*. URL: <https://www.facebook.com/midiaNINJA> [Stand: 25.06.2014]

⁶¹⁴ Vgl. Torturra, Bruno, zitiert nach Krieger/Weise (02.08.2013) [Stand: 12.06.2014]

⁶¹⁵ Baumann/Keller/Maurer/Quandt/Schweiger (08.06.2011) [Stand: 25.06.2014]

⁶¹⁶ Vgl. Moretzsohn, Sylvia D., zitiert nach Krieger/Weise (02.08.2013) [Stand: 12.06.2014]

einem Anwachsen der Bewegung führte. Dennoch sei laut der britischen Zeitungen *The Guardian/The Observer* eine „misrepresentation of the issues by traditional media“⁶¹⁷ festzustellen gewesen, welche die Entstehung alternativer Informationsquellen wie zum Beispiel NINJA begünstigt hätten. Für die Zukunft sind deshalb auf der einen Seite Reformen notwendig, welche die etablierten Medien unabhängiger vom Einfluss aus der Politik machen.⁶¹⁸ Auf der anderen Seite sollten die neu entstandenen Angebote in den sozialen Netzwerken eigene Standards entwickeln, um die Aufbereitung ihrer Beiträge zu regeln und so dem Rezipienten ihr Verständnis zu erleichtern. Beide Seiten könnten insgesamt von einer Zusammenarbeit profitieren. Wie diese genau aussehen könnte, wäre beispielsweise ein interessantes Thema für eine offene Diskussionsrunde mit Vertretern der beiden Gruppen. Die so gewonnenen Erkenntnisse könnten dann in einen ganzheitlichen Medienreformprozess integriert werden.

4.5.3 Politik und Polizei

Das zweite Kapitel gab Aufschluss darüber, dass man sportliche Großereignisse auch als politische Events sehen könne. Schließlich ermöglicht das globale Medieninteresse den Regierungen, das Land weltweit zu präsentieren und sein Image zu modernisieren. Des Weiteren ist die Politik, oder besser gesagt die mit ihr verbundene und in Brasilien weit verbreitete Korruption, eins der zentralen Motive der Protestbewegung. Daher muss sich diese Arbeit freilich auch mit der Rolle der Politik beschäftigen. In Kapitel 3.1.3 wurden die Reaktionen der Politik und der Polizei auf die Protestbewegung bereits umfassend dargelegt. Erst nach den ersten Gesprächen, Zugeständnissen und Gesetzesinitiativen durch die Regierung (vor allem durch Präsidentin Rousseff) beruhigten sich die Proteste. Genau darin liegt die große Chance auf politischer Seite. So verdeutlicht Zilla, dass die Proteste in Brasilien nämlich in Anlehnung an die Aufstände in den arabischen Ländern kein „Brasilianischer Frühling“ seien.⁶¹⁹ Denn in Brasilien würde das Volk keinen politischen Umbruch fordern, sondern weitreichende Verbesserungen durch die amtierende Regierung und innerhalb des bestehenden politischen Systems. Zwar seien laut *Saad-Filho* auch Rücktrittsbotschaften unter den Demonstranten zu sehen gewesen, allerdings nur vereinzelt und in geringem Ausmaß.⁶²⁰ Das mag zum einen auf die große Popularität der Arbeiterpartei zurückzuführen sein. Zum anderen auf die Tatsache, dass die Protestierenden selbst keine parteipolitische Nutzung ihrer Bewegung duldeten.⁶²¹ Hier empfiehlt *Mische*, dass die Demonstrationen zwar ihre Autonomie erhalten, sie aber anstatt antiparteiisch lieber überparteiisch sein sollten.⁶²² So könnten sich Parteien bilden und als politische Alternativen etablieren. Das sei laut *Heinrich-Böll-Stiftung* dringend erforderlich, schließlich würden die aktuellen sieben Oppositionsparteien kein wirkliches Gegengewicht darstellen.⁶²³ Die erste wichtige politi-

⁶¹⁷ Bainbridge, Luke (27.04.2014): How social media gives new voice to Brazil's protests. URL:

<http://www.theguardian.com/world/2014/apr/27/social-media-gives-new-voice-to-brazil-protests> [Stand: 25.06.2014]

⁶¹⁸ Vor allem kleinere Medien würden laut *Reporter ohne Grenzen* in finanzieller Abhängigkeit gehalten und müssten ihre Berichte häufig wegen Zensur oder gerichtlicher Androhungen beschneiden. Hier besteht dringender Handlungsbedarf. 2009 wurde zwar das alte Pressegesetz der Militärdiktatur abgeschafft, allerdings konnte sich die Regierung bisher nicht auf eine neue Version einigen. Vgl. *Reporter ohne Grenzen* (2014b) [Stand: 25.06.2014]

⁶¹⁹ Vgl. Zilla, Claudia (12.06.2014): Kein brasilianischer Frühling. URL: <http://www.theeuropean.de/claudia-zilla/8603-der-aufstieg-brasiliums-und-die-fussball-wm> [Stand: 24.06.2016]

⁶²⁰ Vgl. Saad-Filho (2013): S. 659

⁶²¹ Vgl. Stolte (2014): S. 6

⁶²² Vgl. Mische (04.09.2013) [Stand: 12.06.2014]

⁶²³ Vgl. Bartelt (13.03.2014) [Stand: 14.06.2014]

sche Rahmenbedingung besteht demnach in der **Organisation der Protestbewegung**. Da man allerdings nicht nur von einer einzelnen Bewegung sprechen kann, sondern eine ganze Reihe unterschiedlicher Gruppierungen mit jeweils eigenen Forderungen betrachten muss, müssen zwangsläufig mehrere Parteien, Vereine oder anderweitige Zusammenschlüsse entstehen. Wichtig ist, dass sich Interessensgruppen bilden, diese Vertreter bestimmen, welche dann in einem Folgeschritt repräsentative Gespräche mit der Politik aufnehmen können. Beschlüsse müssen dann von allen Beteiligten eingehalten werden. Entwicklungen wie bei den aktuellen Streiks, wo sich die Arbeiter gegen die Vereinbarungen ihrer Gewerkschaften wenden, rauben der Bewegung ihre Glaubwürdigkeit. Stehen die jeweiligen Vertreter fest, so ergibt sich als zweite Rahmenbedingung die **Gesprächs-, Verhandlungs- und Wandlungsbereitschaft der Regierung**. Dass die Brasilianer in Zukunft strenger auf ihre Politiker schauen werden, ist eine der wichtigsten gesellschaftlichen Veränderungen durch die Proteste. Die Politiker müssen demnach wieder näher an die Bürger heranrücken, die sich eigentlich vertreten. Es reicht allerdings nicht, sich nur auszutauschen, zu verhandeln und am Ende keine Ergebnisse umzusetzen. Die von Rousseff angestrebte Politikreform ist dabei ein wichtiger erster Schritt für tiefgreifende Änderungen. Auch ein neues Gesetz gegen Korruption (*Lei da Ficha Limpa*⁶²⁴) lässt sich als wichtiges Signal werten, dass es die brasilianische Regierung ernst meint, auf die Forderungen der Demonstranten einzugehen. Das neue Gesetz bestraft korrupte Politiker, indem ihnen das passive Wahlrecht für acht Jahre entzogen werden kann. Die Umstände, die Korruption begünstigen, bekämpft es laut *Konrad-Adenauer-Stiftung* allerdings nicht.⁶²⁵ Hier würde mehr an den Symptomen als an den Ursachen gearbeitet. Eine weitere wichtige Rahmenbedingung sind weitreichende **Schulungen der Polizei und Sicherheitskräfte**. Massive Polizeibrutalität führte zu einem abrupten Stimmungswandel in der Medienberichterstattung. Diese wiederum hatte zur Folge, dass sich viel mehr Brasilianer mit der Juni-Bewegung sympathisieren konnten. Die Polizei wird ergo ganz erheblichen Einfluss auf die weitere Entwicklung der Proteste haben. Damit sich die Bilder von gewaltsamen Übergriffen der Sicherheitskräfte nicht wiederholen, sollten dringend umfassende Weiterbildungsmaßnahmen ergriffen werden. Darunter würden laut *Amnesty International* zum einen genau definierte und mit internationalem Recht vereinbare Richtlinien zum Einsatz von (Schuss-)Waffen fallen.⁶²⁶ Zum anderen müssten die eingesetzten Polizisten spezifische, auf Massendemonstrationen angepasste Trainings erhalten, um adäquat reagieren zu können.⁶²⁷ Journalisten, Kameramänner und Fotografen dürften ebenso wenig an der Ausübung ihrer Tätigkeiten gehindert werden wie Anwälte bei der Unterstützung ihrer Klienten.⁶²⁸ Vor allem bei Verhaftungen sei *Amnesty International* zufolge darauf zu achten, dass diese nicht willkürlich geschehen würden und dass Beschwerden über einzelne Polizisten nachgegangen werde.⁶²⁹ Falls es zu Gesetzesüberschreitungen durch die Polizei komme, müssten diese entsprechend geahndet werden. Dafür sei allerdings notwendig, dass die Polizisten eindeutig zu identifizieren seien (Namens- oder Nummernschilder dürften während der Einsätze daher nicht verdeckt sein).⁶³⁰

⁶²⁴ Vgl. Bürgi (2012): S. 3 [Stand: 13.06.2014]

⁶²⁵ Vgl. Bürgi (2012): S. 3 [Stand: 13.06.2014]

⁶²⁶ Vgl. Amnesty International (2014): S. 19

⁶²⁷ Vgl. Amnesty International (2014): S. 19

⁶²⁸ Vgl. Amnesty International (2014): S. 19f

⁶²⁹ Vgl. Amnesty International (2014): S. 20

⁶³⁰ Vgl. Amnesty International (2014): S. 20

Fazit: Die Politik kann vieles tun, um zu einer Stabilisierung in Brasilien beizutragen. Sie spielt die wichtigste Rolle, wenn es darum geht, Verbesserungen für das brasilianische Volk zu erwirken. Schließlich obliegt ihr es, die Forderungen der Protestbewegung in die Tat umzusetzen. Dabei reicht es nicht, Business-as-usual zu betreiben. Die Demonstrationen haben eine tiefe Unzufriedenheit zu Tage gebracht. Der Riese ist erwacht und die Welt schaut gespannt zu, wie sich die Vorgänge im Land entwickeln. Die Fußball-WM 2014 liefert dabei noch mehr internationale Aufmerksamkeit als der viel kleinere Confed-Cup vor einem Jahr. Es muss also unterm Strich zu einer Zusammenarbeit kommen zwischen organisierten Protestlern und wandlungsbereiten Politikern. Die Polizei muss aufpassen, dabei nicht erneut durch überzogene Aktionen destabilisierend einzuwirken.

5 Schlussbetrachtungen

Abschließend sollen noch einmal die wichtigsten Ergebnisse zusammengefasst und ein Ausblick gegeben werden auf die Rolle der Protestbewegung für die Zukunft Brasiliens. Die vorliegende Arbeit hat im **zweiten Kapitel** gezeigt, dass Rio de Janeiro über eine umfassende, vielseitige und gut erschlossene Tourismuswirtschaft verfügt, welche eine zentrale Rolle für die positive Wirtschaftsentwicklung der Stadt spielt. Ihr touristisches Angebot umfasst dabei eine Vielzahl von Attraktionen, die ein breites Spektrum an Aktivitäten für unterschiedlichste Zielgruppen ermöglichen. Rio de Janeiro muss deswegen zweifelsfrei als touristische Destination bezeichnet werden. Als solche wirbt es im globalen Wettbewerb der Reiseziele um potentielle Touristen. Das Image (oder die Einstellung) ist dabei ein besonders wichtiges Kriterium. Es setzt sich zusammen aus einer kognitiven und einer affektiven Komponente. Damit sind zum einen die Informationen gemeint, die der Mensch bewusst oder unbewusst über die Destination sammelt und abspeichert. Zum anderen die Gefühle, die sich daraus ergeben. Je mehr sich eine Destination in den Augen des Reisenden dazu eignet, die eigenen Bedürfnisse und Motive zu befriedigen, als desto positiver empfindet er sie. Durch persönliche Faktoren werden diese beiden Komponenten zu einem individuellen Gesamtbild zusammengefügt. Brasilien erhofft sich mit Hilfe sportlicher Mega-Events auf diese Imagebildung einzuwirken, da derartige Großveranstaltungen ein hohes mediales Interesse mit sich bringen und der Sport aufgrund seiner Popularität und Werte positiv auf das Land abfärben kann. Ein gutes Image bedeutet einen erheblichen Wettbewerbsvorteil. Schließlich vereinfacht es den Reiseentscheidungsprozess und ermöglicht dem Reisenden, sich schneller auf eine Destination festzulegen. Den Deutschen kommt es dabei vor allem auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, schöne Landschaft, sonniges, warmes Wetter, gastfreundliche Bevölkerung, passende Unterkünfte und persönliche Sicherheit an. Ein Vergleich des touristischen Angebots mit den Entscheidungskriterien der Deutschen ergab, dass die Stadt Rio de Janeiro ein potentielles Reiseziel für deutsche Urlaubsreisende ist, da dort passende Aktivitäten für jeden Urlaubertypen angeboten werden.

Der Aspekt der persönlichen Sicherheit wurde dann im **dritten Kapitel** erneut aufgegriffen, als es darum ging, die Bedeutung der Protestbewegung in Brasilien zu untersuchen. Es konnte aufgezeigt werden, dass die anfänglichen Juni-Proteste im Jahr 2013 von einer kollektiven und größtenteils friedlichen Grundstimmung getragen wurden. Sie sollte den Unmut der brasilianischen Bevölkerung über das immer teurere aber unzureichende Verkehrssystem des Landes, die enormen Kosten der Fußball-WM, die korrupten Politiker, die immer stärker zu Tage tretenden Defizite im Bildungs-/Gesundheitswesen sowie die übermäßige Polizeibrutalität ausdrücken. Insbesondere die etablierte Mittelschicht drängte auf die Straße, da sie trotz des wirtschaftlichen Aufschwungs Brasiliens eine relative Verschlechterung ihrer Lebensumstände feststellte. Vor allem das Internet begünstigte die Entwicklung der Proteste. Diese nahm erst dann an Fahrt auf, als die Polizei mit übermäßiger Gewalt gegen Demonstranten und Journalisten vorgegangen war. Polizeibrutalität, zuvor nur ein Thema in den Favelas, wurde das erste Mal für breite Gesellschaftsschichten spürbar. Durch wohlwollende Medienberichte und die weltweite Aufmerksamkeit durch den Confed-Cup entwickelte sich die Bewegung schnell zur größten Protestwelle des Landes. Auch wenn sich ihr letztl. Erbe noch konsolidieren muss, kann man bereits jetzt von einem Weckruf Brasiliens sprechen. Die Demonstranten übten einen massiven politischen Druck auf die Regierung aus, was schnell zu Zugeständnissen und ersten konkreten Erfolgen führte. Als Ergebnis zerfaserte sich die Bewegung jedoch zunehmend und

es war sowohl eine Individualisierung als auch eine Radikalisierung festzustellen. Die erhöhte Gewaltbereitschaft einzelner Protestgruppen (z.B. des Black Blocs) führte dazu, dass sich viele Brasilianer nicht mehr mit ihr identifizieren konnten. Außerdem verstärkte die Angst vor Ausschreitungen den drastischen Partizipationsrückgang in der breiten Masse. Vor diesem Hintergrund wäre eigentlich auch für die deutsche Zielgruppe ein Rückgang hinsichtlich ihrer Nachfrage nach Brasilienreisen zu erwarten gewesen. Eine entsprechende Analyse konnte diese Vermutung allerdings nicht bestätigen. Warum das so ist, sollte im Praxisteil der Arbeit untersucht werden. Eine eigene Erhebung lieferte dabei die notwendigen Erkenntnisse. So ist die Sicherheit zwar eine intervenierende Variable im deutschen Reiseentscheidungsprozess, es hängt aber von der individuellen Interpretation der Proteste ab, ob diese negative Auswirkungen auf das deutsche Reiseverhalten hatten oder nicht. Die Mehrheit der Befragten empfand die Protestbewegung als (größtenteils) friedlich, wodurch sich die Sicherheitslage in ihren Augen nicht verschlechtert habe. Damit veränderte sich auch ihr eigenes Interesse an einer Reise nach Rio de Janeiro nicht. Mit Hinblick auf die Themenfrage muss allerdings erwähnt werden, dass es durchaus zu einer Beeinflussung der Deutschen gekommen ist. Denn die Befragten, welche die Proteste als gewalttätig oder radikal einschätzten, bewerteten erstens die Sicherheitslage in Rio als schlechter und zeigten zweitens ein geringeres Reiseinteresse. Dass sich das unterm Strich nicht in den Buchungszahlen widerspiegelt hat, lässt sich zum einen damit erklären, dass diese Gruppe in der Minderheit war. Zum anderen mag eine Vielzahl weiterer Faktoren eine Rolle gespielt haben wie z.B. Medienberichte über die Maßnahmen der Regierung zur Verbesserung der Sicherheitslage, ein starkes affektives Image durch das vielfältige touristische Angebot Rios, positive Imageeffekte durch die Popularität der Fußball-WM oder die Tatsache, dass die WM im Land des Fußballs stattfindet.⁶³¹

Im **vierten Kapitel** wurden die Ergebnisse dieser Arbeit in der Praxis angewandt. Da auch während der Fußball-WM 2014 mit einem erhöhten Gefahrenpotential zu rechnen ist, wurden Handlungsempfehlungen für alle beteiligten Gruppen erarbeitet. Es ging um die Frage, wie sich das Risiko vor Ort generell minimieren ließe. Dabei sollten Touristen und Reiseveranstalter primär versuchen, mögliche Gefahren zu vermeiden. Vorbereitung und Vorbeuge waren hier die zentralen Begriffe. An den Ursachen der Proteste können sie dagegen freilich wenig ändern. Hier sind es hauptsächlich die nicht-primär-touristischen Gruppen (FIFA, Medien, Politik und Polizei), die durch grundlegende Reformen verbesserte Rahmenbedingungen schaffen können. Diese würden zu einer insgesamt positiveren Stimmung in der Gesellschaft beitragen und somit der Radikalisierung der Proteste entgegenwirken. Auch gezielte Initiativen der touristischen Leistungsträger und des Destinations-/Turniermarketings (wie Preisregulierung bzw. Imagekampagnen) könnten die aktuelle Lage zusätzlich entspannen.

Eine derartige Entspannung wäre auf der einen Seite notwendig, um auf **internationaler** Ebene die ambitionierten Imageziele nicht zu gefährden, welche die brasilianische Regierung mit den sportlichen Mega-Events verknüpft. Eine gelungene WM könnte zudem die Initialzündung sein für ebenso erfolgreiche Olympische Spiele. Vor allem die deutsche Zielgruppe könnte durch positive Erfahrungen und Medienberichte ihre Sicherheitsbedenken abbauen, um 2016 (erneut)

⁶³¹ Die nächsten Ausrichter, Russland (2018) und Katar (2022), sind keine typischen Fußball-Destinationen. Hier passen die Images des Fußballs und des Gastgebers nicht in dem Maß zusammen wie in Brasilien, wo Fußball fester Bestandteil der Wahrnehmung des Landes ist (siehe auch Kapitel 3.2.4).

in die Stadt am Zuckerhut zu reisen. Auf der anderen Seite stehen auf **nationaler** Ebene im Oktober 2014 Präsidentschaftswahlen an. Zwar führten die Proteste zu einem geringeren Zuspruch der Bevölkerung zu den großen, etablierten Parteien, davon konnten aber weder alternative Parteien profitieren, noch bildeten sich neue heraus. Das *GIGA-Institut* betont, dass der Ausgang der Wahl im Moment noch unberechenbar sei, dass man aber aufgrund der nach wie vor hohen Umfragewerte der Präsidentin Rousseff von ihrer Wiederwahl ausgehen könne.⁶³² Auch das britische Wirtschaftsmagazin *The Economist* sieht mehr Chancen für Rousseff als für ihre beiden aussichtsreichsten Konkurrenten, Aécio Neves von der Sozialdemokratischen Partei und Eduardo Campos von der Sozialistischen Partei Brasiliens.⁶³³ Unabhängig vom Ausgang der Wahl ist eins schon sicher: es wird während der WM zu erneuten Protestaktionen kommen. Ob diese das gleiche Ausmaß erreichen werden wie vor einem Jahr bleibt jedoch fraglich. Der Verfasser sieht als entscheidendes Kriterium das Abschneiden der brasilianischen Nationalmannschaft. Alles andere als der sechste WM-Titel wird die Stimmung erneut anfachen. Ein frühes Ausscheiden könnte dabei einen ähnlich explosiven Effekt haben wie die Preiserhöhungen im öffentlichen Verkehr im letzten Jahr. Damit würde dann nicht nur der politische Wahlkampf Feuer fangen, auch ein Ende der 12-jährigen Regierungszeit der Arbeiterpartei Rousseffs wäre nicht mehr auszuschließen.

⁶³² Vgl. Stolte (2014): S. 7

⁶³³ Das könne man laut *The Economist* auf die niedrigen Arbeitslosenzahlen des Landes, Rousseffs größere Medienpräsenz und die Tatsache zurückführen, dass die verfügbaren Einkommen bis Oktober wohl nicht merklich sinken werden. Vgl. *The Economist* (10.05.2014): The campaign in Brazil. The president and the pretenders. URL: <http://www.economist.com/news/americas/21601828-dilma-rousseffs-rivals-are-gaining-ground-president-and-pretenders> [Stand: 02.07.2014]

Literaturverzeichnis

Selbstständig erschienene Literatur

Amnesty International (2014): "They use a strategy of fear." Protecting the Right to Protest in Brazil. London

Augstein, Rudolf (Hg.) (2014): Brasilien vor der WM. Boomland in Schwierigkeiten. Der Spiegel, Nr. 20 / 12.05.2014, Hamburg

Bale, John (1993): Sport, Space and the City. London

Bignami, Rosana (2002): A imagem do Brasil no Turismo. 2., São Paulo

Curi, Martin (2013): Brasilien. Land des Fußballs. Göttingen

Fraundorfer, Markus/Llanos, Mariana (2012): „Der Mensalão-Korruptionsskandal mit weitreichenden Folgen für Brasiliens Demokratie“. In: GIGA German Institute of Global and Area Studies (Hg.) (2012): GIGA Focus, Nummer 12 2012, Hamburg

Fraundorfer, Markus (2013): „Protestbewegungen als Motor für Brasiliens Demokratie“. In: GIGA German Institute of Global and Area Studies (Hg.) (2013): GIGA Focus, Nummer 4 2013, Hamburg

Freyer, Walter (2006): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 8., überarbeitete und aktualisierte Auflage, München

Fundação Getulio Vargas Diretoria de Análise de Políticas Públicas (2014): A polícia e os "black blocs". A percepção dos policiais sobre junho de 2013. Versão Preliminar, Rio de Janeiro

FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2013): Reiseanalyse 2013. Kurzfassung der Ergebnisse. Struktur und Entwicklung der Nachfrage des deutschen Urlaubsreisemarktes 2012. Kiel

Hall, Colin M. (1992): Hallmark Tourist Events: Impact, Management and Planning. London

Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): Brasilien und die Fußball-WM 2014. Hamburg

Holloway, J. Christopher/Taylor, Neil (2006): The Business of Tourism. Seventh Edition. 7., Harlow

- Hortleder, Gerd (1974): Die Faszination des Fußballspiels. Soziologische Anmerkungen zum Sport als Freizeit und Beruf. Frankfurt am Main
- Institut für Migrationsforschung und Interkulturelle Studien (IMIS) der Universität Osnabrück (2008): Fokus Migration. Länderprofil Brasilien. Nr.15, Osnabrück
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2013): Produto Interno Bruto dos Municípios 2011. Contas Nacionais, número 41, Rio de Janeiro
- Kroeber-Riel, Werner/Gröppel-Klein, Andrea (2013): Konsumentenverhalten. 10., überarbeitete, aktualisierte und ergänzte Auflage, München
- Kuhl, Jochen (2008): Perspektiven und Optimierungspotentiale der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft TM. Hamburg
- Meffert, Heribert/Burmann, Christoph/Kirchgeorg, Manfred (2012): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. 11., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden
- Ministério do Turismo (2013): Anuário Estatístico de Turismo - 2013. Volume 40, Ano base 2012, Brasília
- Ministério do Turismo (August 2013): Estudo da demanda turística internacional 2006-2012. Brasília
- Moseley, Mason/Layton, Matthew (2013): „Prosperity and Protest in Brazil: The Wave of the Future for Latin America?“. In: Hiskey, Jonathan/Seligson, Mitchell A./Zechmeister, Elizabeth J. (Hg.) (2013): AmericasBarometer Insights: 2013. Number 93, Nashville
- Mourougane, Annabelle/Pisu, Mauro (2011): „Promoting Infrastructure Development in Brazil“. In: OECD (Hg.) (2011): OECD Economics Department Working Papers, No. 898
- Mundt, Jörn W. (2013): Tourismus. 4., überarbeitete und ergänzte Auflage, München
- Opaschowski, Horst W. (2008): Einführung in die Freizeitwissenschaft. 5., Wiesbaden
- Rinke, Stefan/Schulze, Frederik (2013): Kleine Geschichte Brasiliens. München
- Salih, Chaban (2013): Die Public Relations von Mega-Events. Die Fußball-WM 2010 und die Hadsch 2009 und 2010 im Vergleich. Wiesbaden
- Schulze-Marmeling, Dietrich/Dahlkamp, Hubert (2006): Die Geschichte der Fußball-Weltmeisterschaft 1930 - 2006. Göttingen

- Sommers, Michael (2014): Rio de Janeiro. In: National Geographic Deutschland (Hg.) (2014): National Geographic Traveler. Rio de Janeiro. Hamburg
- Steinbach, Josef (2003): Tourismus. Einführung in das räumlich-zeitliche System. München
- Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2013): Freizeit-Monitor 2013. Hamburg
- Stiftung für Zukunftsfragen/British American Tobacco (2014): Tourismus-Analyse 2014. Hamburg
- Stolte, Christina (2014): „Protest statt Begeisterung – Brasilien vor der Weltmeisterschaft“. In: GIGA German Institute of Global and Area Studies (Hg.) (2014): GIGA Focus, Nummer 4 2014, Hamburg
- Swarbrooke, John (2002): The Development and Management of Visitor Attractions. 2., Oxford
- Triandis, Harry C. (1975): Einstellungen und Einstellungsänderungen. Weinheim und Basel
- Trommsdorff, Volker/Teichert, Thorsten (2011): Konsumentenverhalten. 8., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart
- United Nations/World Tourism Organization (UNWTO) (2010): International Recommendations for Tourism Statistics 2008. New York
- Weiß, Dirk P. (2008): Strategische Gestaltung des Lebenszyklus von Mega-Events. Wiesbaden
- Winkler, Karen (2009): Reiseentscheidung. Vorgehensweisen und Aspekte bei der Reisezielwahl. Kiel
- World Tourism Organization (UNWTO) (2014): UNWTO Annual Report 2013. Madrid
- World Travel & Tourism Council (WTTC) (2014): Travel & Tourism. Economic Impact 2014 Brazil. London

Unselbstständig erschienene Literatur

- Awuah, Gabriel Baffour/Reinert, Venilton (2011): „Potential tourists' image of a tourist destination: The case of Brazil“. In: Sven-Åke Hörte (Hg.) (2011): *Research on Technology, Innovation and Marketing Management 2009 - 2011: Introducing the Research Area of Innovation Science*. Halmstad, S. 135-148.
- Baloglu, Seyhmus/McCleary, Ken W. (1999): „A Model of Destination Image Formation“. In: Tribe, John (Hg.) (1999): *Annals of Tourism Research*. 26(4), S. 868-897.
- Bartelt, Dawid D. (2014a): „Ein Land im Hühnerflug“. In: Inkota-Netzwerk e.V. (Hg.) (2014): *Brasilien vor der WM. Boomland in Schwierigkeiten*. Südlink, 42. Jahrgang/März 2014/Heft 167, Berlin, S. 12-15.
- Beerli, Asunción/Martín, Josefa D. (2004): „Factors influencing Destination Image“. In: Tribe, John (Hg.) (2004): *Annals of Tourism Research*. 31(3), S. 657-681.
- Franke, Tanja (2014): „Gelbe Karte für Brasilien“. In: T&M Media GmbH & Co. KG (Hg.) (24.01.2014): *Travel One. Am Ball. Ausgabe zwei*, Darmstadt, S. 10-15.
- Chen, Ching-Fu/Tsai, DungChun (2006): „How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?“. In: Ryan, Chris (Hg.) (2007): *Tourism Management. Research, Policies, Practice*. 28, S. 1115-1122.
- Gartner, William C. (1993): „Image Formation Process“. In: Uysal, M./Fesenmaier, D. (Hg.) (1993): *Communication and Channel Systems in Tourism Marketing*, New York
- Gertner, David/Kotler, Philip (2004): „How can a place correct a negative image?“. In: Palgrave Macmillan (Hg.) (2004): *Place Branding*. 1, S. 50-57.
- Glüsing, Jens/Großekathöfer, Maik (2014): „Jagd auf weiße Elefanten“. In: Rudolf Augstein (Hg.) (2014): *Brasilien vor der WM. Boomland in Schwierigkeiten*. Der Spiegel, Nr. 20 / 12.05.2014, Hamburg, S. 80-83.
- Gondim Mariutti, Fabiana/de Moura Engracia Giraldi, Janaina/Lucirton Costa, André (2013): „Brazil's Image Abroad: How Can the Public and Private Sector Partnership Improve Marketing Strategies?“. In: Burns, Peter/Sharpley, Richard (Hg.) (2013): *Tourism Planning & Development*. 10(1), S. 110-119.
- Gondim Mariutti, Fabiana/de Moura Engracia Giraldi, Janaina/Lucirton Costa, André (2012): „The Image of Brazil as a Tourism Destination: An Exploratory Study of the American Market“. In: Lueg, Rainer/Bahmani, Sahar (Hg.) (2013): *International Journal of Business Administration*. 4(1), S. 13-22.

- Hall, Colin M. (1989): „The Politics of a Hallmark Event“. In: Syme, Geoffrey J./Shaw, B. J./Fenton, Mark D./Mueller, Walter S. (Hg.): The Planning and Evaluation of Hallmark Events, Aldershot
- Inteligência e Pesquisa de Mercado Abril (2013): „O que pensam as ruas“. In: Veja (26.06.2013): Os sete dias que mudaram o Brasil. 2327, São Paulo
- Kotler, Philip/Gertner, David (2004): „Country as a brand, product and beyond: a place marketing and brand management perspective.“ In: Morgan, Nigel/Pritchard, Annette/Pride, Roger (Hg.) (2004): Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition. 2, S. 249-261.
- Leiper, Neil (2007): „Why ‘the tourism industry’ is misleading as a generic expression: The case for the plural variation, ‘tourism industries’“. In: Ryan, Chris (Hg.) (2008): Tourism Management. Research, Policies, Practice. 29(2), S. 237-251.
- Ling, Martin (2014): „WM der unbegrenzten Möglichkeiten. Brasilien ist weit mehr als nur Land des Fußballs“. In: Inkota-Netzwerk e.V. (Hg.) (2014): Brasilien vor der WM. Boomland in Schwierigkeiten. Südlink, 42. Jahrgang/März 2014/Heft 167, Berlin, S. 16-17.
- Qu, Hailin/Kim, Lisa H./Im, Holly H. (2010): „A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image“. In: Ryan, Chris (Hg.) (2011): Tourism Management. Research, Policies, Practice. 32(3), S. 465-476.
- Rezende-Parker, Aline M./Morrison, Alastair M./Ismail, Joseph A. (2003): „Dazed and confused? An exploratory study of the image of Brazil as a travel destination“. In: Hobson, Perry J. S. (2003): Journal of Vacation Marketing. 9(3), S. 243-259.
- Saad-Filho, Alfredo (2013): „Mass Protests under ‘Left Neoliberalism’: Brazil, June-July 2013“. In: Fasenfest, David (Hg.) (2013): Critical Sociology. 39(5), S. 657-669.
- San Martín, Héctor/Rodríguez del Bosque, Ignacio A. (2007): „Exploring the cognitive-affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation“. In: Ryan, Chris (Hg.) (2008): Tourism Management. Research, Policies, Practice. 29(2), S. 263-277.
- Smith, Andrew (2001): „Sporting a new image? Sport-based regeneration strategies as a means of enhancing the image of the city tourist destination“. In: Gratton, Chris/Henry, Ian (Hg.) (2001): Sport in the city: the role of sport in economic and social regeneration. London, S. 127-148.
- Tasci, Asli D.A./Gartner, William C. (2007): „Destination Image and its Functional Relationships“. In: Perdue, Richard R. (Hg.) (2007): Journal of Travel Research, Vol. 45(4), S. 413-425.

Taufer, Lutz (2014): „Militärdiktatur ohne Ende“. In: Inkota-Netzwerk e.V. (Hg.) (2014): Brasilien vor der WM. Boomland in Schwierigkeiten. Südlink, 42. Jahrgang/März 2014/Heft 167, Berlin, S. 29-31.

Winters, Matthew S./Weitz-Shapiro, Rebecca (2014): „Partisan Protesters and Nonpartisan Protests in Brazil“. In: Gordin, Jorge P. (Hg.) (2014): Journal Of Politics In Latin America. 6(1), S. 137-150.

Webseiten

ABIH-RJ/FECOMÉRCIO-RJ (2013): Anuário Estatístico da Taxa de Ocupação Hoteleira da Cidade do Rio de Janeiro. URL: <http://www.riodejaneirohotel.com.br/site/download.php?f=2014,02,26-3097f.pdf> [Stand: 01.06.2014]

Amnesty International (05.06.2014): Brazil: Dangerous brew of police abuses and impunity threatens to mar World Cup. URL: <http://www.amnesty.org/en/news/brazil-dangerous-brew-police-abuses-and-impunity-threatens-mar-world-cup-2014-06-05> [Stand: 15.06.2014]

Anonymous Brasil: Quem somos. URL: <http://www.anonymousbrasil.com/sobre-anonymous/> [Stand: 12.06.2014]

Auswärtiges Amt (c): Brasilien. Deutsche Vertretungen. URL: http://www.auswaertiges-amt.de/sid_27EE13BA477B2F4B59F8AC35C6967721/DE/Laenderinformationen/01-Laender/DeutscheAVen/Brasilien/DeutscheVertretungen_node.html [Stand: 23.06.2014]

Auswärtiges Amt (18.06.2014): Brasilien: Reise- und Sicherheitshinweise. URL: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/00-SiHi/Nodes/BrasilienSicherheit_node.html [Stand: 18.06.2014]

Auswärtiges Amt (d): Brasilien. Vertretungen Brasilien. URL: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Laenderinformationen/Brasilien/VertretungenBrasilien_node.html [Stand: 23.06.2014]

Auswärtiges Amt (Juni 2014): Brasilien. Wirtschaft. URL: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/Brasilien/Wirtschaft_node.html [Stand: 14.06.2014]

Auswärtiges Amt (b): Elektronische Erfassung von Deutschen im Ausland. URL: <https://service.diplo.de/elefandextern/home/registration!form.action> [Stand: 22.06.2014]

Auswärtiges Amt (e): Kontakt. URL: https://www.auswaertiges-amt.de/DE/Service/Kontakt/kontakt_node.html?https=1 [23.06.2014]

Auswärtiges Amt (a): Sicher reisen - Ihre Reise-App. URL: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/mobil/Laenderinformationen/App_Text_mobil.html [Stand: 22.06.2014]

bab.la: Apple Apps. URL: <http://de.bab.la/unternehmen/ios> [Stand: 22.06.2014]

BrasilienWM.de (2014c): Wer wir sind. <http://brasilienwm.de/wer-wir-sind/> [Stand: 22.06.2014]

- Bainbridge, Luke (27.04.2014): How social media gives new voice to Brazil's protests. URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/apr/27/social-media-gives-new-voice-to-brazil-protests> [Stand: 25.06.2014]
- Bang, Søren (04.05.2011): Western countries are losing the race for major sporting events. URL: <http://www.playthegame.org/news/news-articles/2011/western-countries-are-losing-the-race-for-major-sporting-events/> [Stand: 23.06.2014]
- Barsetti, Sílvia (23.05.2014): Valcke diz que legado da Copa do Mundo vai aparecer só em 2017. URL: <http://esportes.estadao.com.br/noticias/geral,valcke-diz-que-legado-da-copa-do-mundo-vai-aparecer-so-em-2017,1170637> [Stand: 14.06.2014]
- Bartelt, Dawid D. (13.03.2014): Brasilien vor der WM: Ein Land im Hühnerflug? URL: <http://www.boell.de/de/2014/03/13/brasilien-vor-der-weltmeisterschaft-ein-land-im-huehnerflug> [Stand: 14.06.2014]
- Bartelt, Dawid D. (2014b): Die Stunde der Unzufriedenen. URL: <https://www.amnesty.de/journal/2014/april/die-stunde-der-unzufriedenen> [Stand: 15.06.2014]
- Baumann, Eva/Keller, Katrin/Maurer, Marcus/Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (08.06.2011): Wie Medien genutzt werden und was sie bewirken. URL: <http://www.bpb.de/izpb/7543/wie-medien-genutzt-werden-und-was-sie-bewirken?p=all> [Stand: 25.06.2014]
- BayernLB (2013): Länderanalyse Brasilien. URL: http://www.bayernlb.de/internet/media/de/internet_4/de_1/downloads_5/0100_corporatecenter_8/5700_volkswirtschaft_research_2/laender_1/deutsch_2/laenderanalysena_k_1/brasilien_1/Brasil1012.pdf [Stand: 30.05.2014]
- Behn, Andreas (12.02.2014): Wie starb Santiago Andrade? URL: <http://www.taz.de/!132879/> [Stand: 17.06.2014]
- Bloomberg (19.08.2013): Most Efficient Health Care: Countries. URL: <http://www.bloomberg.com/visual-data/best-and-worst/most-efficient-health-care-countries> [Stand: 14.06.2014]
- Bondinho: The Ride. URL: <http://www.bondinho.com.br/site/en/the-walk/> [Stand: 29.05.2014]
- BrasilienWM.de (2014a): Reisehinweise. Vor der Reise. URL: <http://brasilienwm.de/reisehinweise/vor-der-reise/> [Stand: 22.06.2014]
- BrasilienWM.de (2014b): Reisehinweise. Während der Reise. URL: <http://brasilienwm.de/reisehinweise/waehrend-der-reise/> [Stand: 22.06.2014]

Brazuca (2014): Twitter. I am @brazuca. URL: <https://twitter.com/brazuca> [Stand: 25.06.2014]

Brückmann, Pascal (17.11.2013): Deutscher Reiseverband kritisiert ignorante Reiseveranstalter. URL: <http://www.derwesten.de/reise/deutscher-reiseverband-kritisiert-ignorante-reiseveranstalter-id8666859.html> [Stand: 23.06.2014]

Bundesregierung Deutschland (November 2006): Fußball-WM 2006. Abschlussbericht der Bundesregierung. URL: http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/Veroeffentlichungen/wm2006_abschlussbericht_der_bundesregierung.pdf;jsessionid=FDD90678CC6F5B533651A9A46E58EEBA.2_cid287?__blob=publicationFile [Stand: 03.06.2014]

Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI) (2011): Deutsch-Brasilianische Wirtschaftstage 2011. Informationen zur (Wirtschafts-)Region. URL: http://www.bdi.eu/Brasilien2011_Rio-de-Janeiro-Informationen-zur-Region.htm [Stand: 30.05.2014]

Burghardt, Peter (2013): Fischer Franziskus im Menschenmeer. Papst beim Weltjugendtag in Rio. URL: <http://www.sueddeutsche.de/panorama/papst-beim-weltjugendtag-in-rio-fischer-franziskus-im-menschenmeer-1.1732901> [Stand: 29.05.2014]

Burghardt, Peter (03.05.2014): Sicherheitstipps für Touristen. So sicher ist Brasilien zur WM. URL: <http://www.sueddeutsche.de/reise/sicherheitstipps-fuer-touristen-so-sicher-ist-brasilien-zur-wm-1.1945452> [Stand: 22.06.2014]

Bürgi, Marc (2012): Die Hydra der Korruption. URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_31677-1522-1-30.pdf?120718164813 [Stand: 13.06.2014]

Cabral, Paulo/Throssell, Liz (27.09.2010): Brazil's education challenge in bid to be world player. URL: <http://www.bbc.com/news/world-latin-america-11413590> [Stand: 13.06.2014]

Carvalho, Luciana (2014): Os destinos brasileiros mais visitados pelos estrangeiros. URL: <http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/noticias/os-destinos-brasileiros-mais-visitados-pelos-estrangeiros> [Stand: 01.06.2014]

Consejo Ciudadano para la Seguridad Pública y Justicia Penal A.C. (11.01.2012): San Pedro Sula, la ciudad más violenta del mundo; Juárez, la segunda. URL: <http://www.seguridadjusticiapaz.org.mx/sala-de-prensa/541-san-pedro-sula-la-ciudad-mas-violenta-del-mundo-juarez-la-segunda> [Stand: 22.06.2014]

Costa, Camilla (21.08.2013): Embratur pede que Fifa e hotéis diminuam preços para Copa.

URL:

http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/08/130820_embratur_copa_precos_cc.shtml

[Stand: 24.06.2014]

Costa, Célia/Ouchana, Giselle/D'Ercole, Ronaldo/Schmidt, Selma/Mendes, Taís (08.05.2014):

Depredação de 467 ônibus durante greve gera prejuízo de R\$ 2 milhões. URL:

[http://oglobo.globo.com/rio/depredacao-de-467-onibus-durante-greve-gera-prejuizo-de-2-](http://oglobo.globo.com/rio/depredacao-de-467-onibus-durante-greve-gera-prejuizo-de-2-milhoes-12417531)

[milhoes-12417531](http://oglobo.globo.com/rio/depredacao-de-467-onibus-durante-greve-gera-prejuizo-de-2-milhoes-12417531) [Stand: 17.06.2014]

Dane, Felix/Schotte, Simone (2013): Brasilien: Wirtschaftlich über-, politisch unterbewertet?

URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_34492-1522-1-30.pdf?130527112226 [Stand:

30.05.2014]

Datafolha (03.06.2014-05.06.2014): Copa do Mundo. URL:

<http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/06/10/copa-do-mundo-versao-para-o-site.pdf>

[Stand: 17.06.2014]

Datafolha (19.02.2014/20.02.2014): Opinião sobre protestos e Copa do Mundo. URL:

[http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/02/24/opinioao-sobre-protestos-e-copa-do-](http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/02/24/opinioao-sobre-protestos-e-copa-do-mundo.pdf)

[mundo.pdf](http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/02/24/opinioao-sobre-protestos-e-copa-do-mundo.pdf) [Stand: 17.06.2014]

Datafolha (13.02.2014/14.02.2014): Protestos no Rio de Janeiro. URL:

<http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/02/17/protestos-no-rio-de-janeiro.pdf> [Stand:

17.06.2014]

Datafolha (20.05.2014): Termômetro Paulistano – Protestos e Copa do Mundo. URL:

<http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/05/23/copa-e-protestos-site.pdf> [Stand:

17.06.2014]

Der Spiegel (18.06.2013): Demonstrationen in Brasilien: Hunderttausende protestieren gegen

teure Fußball-WM. URL: [http://www.spiegel.de/politik/ausland/200-000-brasilianer-](http://www.spiegel.de/politik/ausland/200-000-brasilianer-protestieren-gegen-teure-fussball-wm-a-906276.html)

[protestieren-gegen-teure-fussball-wm-a-906276.html](http://www.spiegel.de/politik/ausland/200-000-brasilianer-protestieren-gegen-teure-fussball-wm-a-906276.html) [Stand: 15.06.2014]

Deutsche Bischofskonferenz (2013): Weltjugendtag 2013. Positive Bilanz des Weltjugendtages.

URL: <http://www.dbk.de/themen/weltjugendtag-2013/> [Stand: 20.06.2014]

Deutsches Institut für Service-Qualität (24.04.2013): Kundenbefragung Reiseveranstalter. URL:

<http://disq.de/2013/20130424-Reiseveranstalter.html> [Stand: 23.06.2014]

Die Welt (29.05.2014): Ex-Präsident Lula: Brasilien ist nicht Deutschland. URL:

[http://www.welt.de/newsticker/sport-news/article128532888/Ex-Praesident-Lula-Brasilien-ist-](http://www.welt.de/newsticker/sport-news/article128532888/Ex-Praesident-Lula-Brasilien-ist-nicht-Deutschland.html)

[nicht-Deutschland.html](http://www.welt.de/newsticker/sport-news/article128532888/Ex-Praesident-Lula-Brasilien-ist-nicht-Deutschland.html) [Stand: 14.06.2014]

- Die Welt (27.05.2014): Hotelzimmer zur Fußball-WM sind nun billiger. URL: <http://www.welt.de/wirtschaft/article128470376/Hotelzimmer-zur-Fussball-WM-sind-nun-billiger.html> [Stand: 24.06.2014]
- EFE (11.10.2013): Embratur afirma que protestos não afetam fluxo de turistas em direção ao país. URL: <http://www.efe.com/efe/noticias/brasil/brasil/embratur-afirma-que-protestos-afetam-fluxo-turistas-dire-pais/3/16/2148882> [Stand: 20.06.2014]
- Exame (01.11.2013): Procon acusa aéreas de praticar preços abusivos para Copa. URL: <http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/procon-acusa-aereas-de-praticar-precos-abusivos-para-copa> [Stand: 24.06.2014]
- Exner, Uli (25.03.2014): Die Besatzungsmacht Fifa fällt über Brasilien her. URL: <http://www.welt.de/sport/fussball/wm-2014/article126081346/Die-Besatzungsmacht-Fifa-faellt-ueber-Brasilien-her.html> [Stand: 14.06.2014]
- Feyerherd, Martina (25.04.2014): Chaos oder normaler Alltag?. URL: <http://www.fvw.de/index.cfm?cid=11177&pk=131030&event=showarticle> [Stand: 20.06.2014]
- FIFA (a): Die Organisation. URL: <http://de.fifa.com/aboutfifa/organisation/index.html> [Stand: 03.06.2014]
- FIFA (18.01.2012): Estádio do Maracanã - Rio de Janeiro URL: <http://de.fifa.com/worldcup/destination/stadiums/stadium=214/index.html> [Stand: 06.06.2014]
- FIFA (c): FIFA Konföderationen-Pokal Brasilien 2013. URL: <http://de.fifa.com/confederationscup/index.html> [Stand: 03.06.2014]
- FIFA (b): FIFA Weltmeisterschaft™. URL: <http://de.fifa.com/aboutfifa/worldcup/index.html> [Stand: 03.06.2014]
- FIFA (2011): Reglement. FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014 TM. URL: http://de.fifa.com/mm/document/tournament/competition/01/47/38/17/regulationsfwcbrazil2014_de.pdf [Stand: 03.06.2014]
- FIFA (2014): Spiele. Gruppenphase. URL: <http://de.fifa.com/worldcup/matches/> [Stand: 18.06.2014]
- FIFA (2014): Ticketing bei der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014™. Fan-Leitfaden. URL: http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/ticketing/02/15/43/02/2014fwc_ticketingfanguide_de_update_german.pdf [Stand: 14.06.2014]

- Finanzen.net (2014): Euro-Real-Kurs. URL: <http://www.finanzen.net/devisen/euro-real-kurs> [Stand: 30.05.2014]
- Focus Online (19.06.2013): WM. Blatter: Haben Brasilien die WM nicht aufgezwungen. URL: http://www.focus.de/sport/fussball/wm-2014/wm-blatter-haben-brasilien-die-wm-nicht-aufgezwungen_aid_1019429.html [Stand: 14.06.2014]
- Folha de São Paulo (14.06.2013): Manifestação em SP é reprimida com violência pela polícia; veja. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/2013/06/1295010-manifestacao-em-sp-e-reprimida-com-violencia-pela-policia-veja.shtml> [Stand: 15.06.2014]
- Folha de São Paulo (07.05.2014): Após 6 meses, professores municipais e estaduais retomam greve no Rio. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/educacao/2014/05/1450987-apos-6-meses-professores-municipais-e-estaduais-retomam-greve-no-rio.shtml> [Stand: 17.06.2014]
- Fraga, Isabela (05.07.2013): Protests in Brazil heighten debate on quality of mass media's coverage. URL: <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-14110-protests-brazil-heighten-debate-quality-large-medias-coverage> [Stand: 25.06.2014]
- Fritsch, Oliver/Spiller, Christian (30.05.2014): Brasiliens Polizei hat ein Gewaltproblem. URL: <http://www.zeit.de/sport/2014-05/brasilien-polizei-gewalt-wm> [Stand: 15.06.2014]
- Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro (CEPERJ) (2013): Projeto Contas Regionais do Brasil. Produto Interno Bruto - PIB do Estado do Rio de Janeiro - 2011. URL: <http://www.ceperj.rj.gov.br/ceep/pib/PIB%20do%20Estado%20do%20Rio%20de%20Janeiro%202011.doc> [Stand: 30.05.2014]
- FVW Touristik und Business Travel (13.05.2014): Brasilien. Neue Werbekampagne zum WM-Start. URL: <http://www.fvw.de/index.cfm?cid=11177&pk=131529&event=showarticle> [Stand: 25.06.2014]
- Germany Trade & Invest (30.09.2013): Feiertage im Ausland 2014 – Brasilien. URL: <http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/maerkte,did=887090.html> [Stand: 06.06.2014]
- Germany Trade & Invest (2013): Wirtschaftsdaten kompakt: Brasilien. URL: http://ahk.de/fileadmin/ahk_ahk/GTAI/brasilien.pdf [Stand: 30.05.2014]
- Germany Trade & Invest (2013b): Wirtschaftstrends Brasilien. Jahreswechsel 2013/14. URL: http://www.gtai.de/GTAI/Content/DE/Trade/Fachdaten/PUB/2014/01/pub201401068004_18699.pdf [Stand: 30.05.2014]

- Global Hotel Network/BSH International (2011): GHN Market Report Rio de Janeiro. URL: http://www.bshinternational.com/_artigos/2011_05_globalhotelnetwork.pdf [Stand: 01.06.2014]
- Governo do Rio de Janeiro (2014): Carnaval fluminense movimentará US\$ 950 milhões. URL: <http://www.rj.gov.br/web/imprensa/exibeconteudo?article-id=1969109> [Stand: 29.05.2014]
- Grillo, Ioan (23.05.2014): Meet the anarchists who plan to go nuts at the World Cup. Brazil's 'Black Bloc' has gained infamy for fighting police. But what is it, really? <http://www.globalpost.com/dispatch/news/regions/americas/brazil/140522/world-cup-anarchist-black-bloc-protesters> [Stand: 12.06.2014]
- G1 Rio Grande do Sul (27.03.2014): Protesto por aumento da passagem de Porto Alegre termina em tumulto. URL: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2013/03/grupo-faz-novo-ato-contr-aumento-da-passagem-em-porto-alegre.html> [Stand: 15.06.2014]
- Handelsblatt (16.06.2013): Proteste gegen Fußball-WM für Reiche. URL: <http://www.handelsblatt.com/politik/international/confederation-cup-hoehere-fahrpreise-erzuern-die-menschen/8357180-2.html> [Stand: 15.06.2014]
- Handelsblatt (21.06.2014): Brasilien vor der WM. Friedlicher Protest in Rio artet aus. URL: <http://www.handelsblatt.com/politik/international/brasilien-vor-der-wm-friedlicher-protest-in-rio-artet-aus/8386074.html> [Stand: 15.06.2014]
- Hanson, Stephanie (26.09.2006): Brazil's Powerful Prison Gang. URL: <http://www.cfr.org/brazil/brazils-powerful-prison-gang/p11542> [Stand: 17.06.2014]
- Herzberg, Julika/Lingenthal, Lukas (2013): Der Mensalão-Prozess und seine Nachwehen. URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_33235-1522-1-30.pdf?130114110019 [Stand: 13.06.2014]
- Hotels.com (2014): The Hotel Price Index. Review of global hotel prices: January - December 2013. URL: http://press.hotels.com/en-gb/files/2014/03/HPI-FY2013-UK_Web.pdf [Stand: 01.06.2014]
- IBGE: Rio de Janeiro. URL: <http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?lang=&codmun=330455&search=rio-de-janeiro|rio-de-janeiro|infograficos:-dados-gerais-do-municipio> [Stand: 28.05.2014]
- Intervozes: Quem Somos. URL: <http://intervozes.org.br/quem-somos/> [Stand: 25.06.2014]
- Jessop, Alicia (14.06.2014): Surrounding The World Cup, Adidas Launches The Largest Marketing Campaign In Adidas Soccer's History. URL: <http://www.forbes.com/sites/aliciajessop/2014/06/14/surrounding-the-world-cup-adidas-launches-the-largest-marketing-campaign-in-adidas-soccers-history/> [Stand: 25.06.2014]

- Joseph, Sebastian (13.05.2014): Pepsi vending machine rewards football skills with free drinks. URL: <http://www.marketingweek.co.uk/sectors/food-and-drink/news/pepsi-vending-machine-rewards-football-skills-with-free-drinks/4010486.article> [Stand: 25.06.2014]
- Joyce, Helen (28.09.2013): Grounded. URL: <http://www.economist.com/news/special-report/21586667-having-come-tantalisingly-close-taking-brazil-has-stalled-helen-joyce-explains> [Stand: 13.06.2014]
- Kanno, Mario (2014): O mundial e as despesas do governo. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/infograficos/2014/05/82605-o-mundial-e-as-despesas-do-governo.shtml> [Stand: 14.06.2014]
- Krane, Michael (03.06.2014): Startklar für die Fußball-WM. URL: <http://www.fvw.de/index.cfm?cid=11180&pk=132146&event=showarticle> [Stand: 20.06.2014]
- Krieger, Renate/Weise, Christina (02.08.2013): Brasiliens Nachrichten von den "Ninjas". URL: <http://www.dw.de/brasiliens-nachrichten-von-den-ninjas/a-16992958> [Stand: 12.06.2014]
- Kurier.at (30.04.2014): Tränengas und Steine: Demo gegen WM eskaliert. URL: <http://kurier.at/politik/weltchronik/traenengas-und-steine-demo-gegen-wm-eskaliert/63.123.931/slideshow> [Stand: 03.07.2014]
- Leite, Liana (26.09.2013): Professores invadem Câmara de Vereadores do Rio. URL: <http://www.estadao.com.br/noticias/geral,professores-invadem-camara-de-vereadores-do-rio,1079123> [Stand: 17.06.2014]
- Lepiani, Giancarlo (12.05.2014): A 1 mês da Copa, seleção pode ganhar, mas Brasil perdeu. URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/a-1-mes-da-copa-selecao-pode-ganhar-mas-brasil-perdeu> [Stand: 14.06.2014]
- Lepiani, Giancarlo (23.02.2013): Para 9 entre 10 torcedores, Copa deixará imagem negativa. URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/para-9-entre-10-torcedores-copa-deixara-imagem-negativa> [Stand: 17.06.2014]
- Licon Gomez, Adriana/Goodman, Joshua (11.06.2014): Brazil Averts Subway Strike on Eve of World Cup. URL: <http://abcnews.go.com/Sports/wireStory/subway-strike-suspended-sao-paulo-hit-rio-24082210> [Stand: 18.06.2014]
- Lingenthal, Lukas/Fischer, Lena (05.07.2013): „Der Riese ist aufgewacht“ URL: https://www.kas.de/wf/doc/kas_34922-1522-1-30.pdf?140604165601 [Stand: 12.06.2014]
- Lingenthal, Lukas/Zeller, Kathrin/Ryan, Gregory (18.06.2013): Es geht nicht nur um 20 Cent. URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_34757-1522-1-30.pdf?140604165640 [Stand: 15.06.2014]

- Lutteroth, Jule (27.05.2014): Proteste gegen Seleção: Demonstranten blockieren Bus von Brasilien WM-Team. Vgl. <http://www.spiegel.de/panorama/wm-in-brasilien-demonstranten-halten-mannschaftsbus-der-sele-ao-auf-a-971887.html> [Stand: 18.06.2014]
- Marques, Fabrício (04.03.2014): A 100 dias da Copa, só 18% das obras de infraestrutura foram entregues. URL: [bhttp://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2014/03/100-dias-da-copa-so-18-das-obras-de-infraestrutura-foram-entregues.html](http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2014/03/100-dias-da-copa-so-18-das-obras-de-infraestrutura-foram-entregues.html) [Stand: 14.06.2014]
- Mattos, Rodrigo/Segalla, Vinícius (10.06.2014): A dois dias da Copa, veja quais são as maiores ameaças ao sucesso do evento. URL: <http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/06/10/a-dois-dias-da-copa-veja-quais-sao-as-maiores-ameacas-ao-sucesso-da-copa.htm> [Stand: 17.06.2014]
- Ministério do Turismo (05.06.2014): Copa deve elevar turismo brasileiro a outro patamar. URL: http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140605_5.html [Stand: 20.06.2014]
- Ministério do Turismo (12.06.2014): Turismo reúne números da Copa do Mundo. URL: http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140612_2.html [Stand: 20.06.2014]
- Mische, Ann (04.09.2013): "Come to the streets, but without parties": The challenges of the new Brazilian protests. URL: <http://mobilizingideas.wordpress.com/2013/09/04/come-to-the-streets-but-without-parties-the-challenges-of-the-new-brazilian-protests/> [Stand: 12.06.2014]
- Movimento Passe Livre: Apresentação. URL: <http://saopaulo.mpl.org.br/apresentacao/> [Stand: 12.06.2014]
- Nascimento, Luciano (02.09.2013): Manifestação contra chegada de médicos cubanos teve caráter racista, diz ministra. URL: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2013-09-02/manifestacao-contra-chegada-de-medicos-cubanos-teve-carater-racista-diz-ministra> [Stand: 16.06.2014]
- Nery, Natuza/Coutinho, Filipe (09.02.2014): Protestos fizeram governo mudar discurso sobre Copa. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/02/1409525-protestos-fizeram-governo-mudar-discurso-sobre-copa.shtml> [Stand: 25.06.2014]
- NINJA: Facebook. NINJA. URL: <https://www.facebook.com/midiaNINJA> [Stand: 25.06.2014]
- Novais, Andréa (30.10.2011): The Brazilian Educational System. URL: <http://thebrazilbusiness.com/article/the-brazilian-educational-system> [Stand: 13.06.2014]

- N-TV (08.05.2014): Brazilianer erleidet Stromschlag. Achter Arbeiter stirbt auf WM-Baustelle. URL: <http://www.n-tv.de/panorama/Achter-Arbeiter-stirbt-auf-WM-Baustelle-article12794456.html> [Stand: 14.06.2014]
- OECD Better Life Index (2014): Brasilien. URL: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/de/countries/brazil-de/> [Stand: 14.06.2014]
- Oehrlein, Josef (2012): Drogenhandel in Brasilien. Friede den Favelas. URL: <http://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/drogenhandel-in-brasilien-friede-den-favelas-11715774.html> [Stand: 29.05.2014]
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2013a): Education at a Glance 2013. Brazil. URL: http://www.oecd.org/edu/Brazil_EAG2013%20Country%20Note.pdf [Stand: 13.06.2014]
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2013b): OECD Health Data 2013. How Does Brazil Compare with OECD Countries. URL: <http://www.oecd.org/els/health-systems/Briefing-Note-BRAZIL-2013.pdf> [Stand: 14.06.2014]
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2012): Programme for International Student Assessment (PISA) Results from PISA 2012. Brazil. URL: <http://www.oecd.org/pisa/keyfindings/PISA-2012-results-brazil.pdf> [Stand: 13.06.2014]
- Ouchana, Giselle/Lo-Bianco, Alessandro (25.04.2014): Caso Santiago Andrade: juiz nega revogação de prisão dos dois réus. URL: <http://oglobo.globo.com/rio/caso-santiago-andrade-juiz-nega-revogacao-de-prisao-dos-dois-reus-12292043> [Stand: 17.06.2014]
- Panja, Tariq (01.07.2013): Brazil Caps Confederations Cup Marked by Protests With Title. URL: <http://www.bloomberg.com/news/2013-07-01/brazil-caps-confederations-cup-marked-by-protests-with-title.html> [Stand: 15.06.2014]
- pauker.at: Portugiesisch Deutsch Wörterbuch mit 243.448 Übersetzungen Thesaurus deutsch. URL: http://www.pauker.at/pauker/DE_DE/PT/wb/ [Stand: 22.06.2014]
- Pearson/Economist Intelligence Unit (2014): Index of cognitive skills and educational attainment. URL: <http://thelearningcurve.pearson.com/index/index-ranking> [Stand: 13.06.2014]
- Petersen, Volker (12.05.2014): Ein Monat bis zum Eröffnungsspiel. Was die Brazilianer an der WM ärgert. URL: <http://www.n-tv.de/sport/fussball/Was-die-Brazilianer-an-der-WM-aergert-article12814441.html> [Stand: 14.06.2014]
- Portal Brasil (2014): Turismo. Infraestrutura atrai turistas e movimenta economia. URL: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/02/infraestrutura-atrai-turistas-e-movimenta-a-economia> [Stand: 01.06.2014]

Portal da Copa: Galeria de imagens. URL: <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/galeria/turismoriodejaneiro> [Stand: 03.07.2014]

#POSTV (2014): Hauptseite. URL: <http://www.postv.org/> [Stand: 12.06.2014]

Prada, Paulo/Marcello, Maria C. (20.06.2013): One million march across Brazil in biggest protests yet. URL: <http://www.reuters.com/article/2013/06/21/us-brazil-protests-idUSBRE95J15020130621> [Stand: 12.06.2014]

Prange, Astrid (07.02.2014): Rios Polizei auf Konfrontationskurs. URL: <http://www.dw.de/rios-polizei-auf-konfrontationskurs/a-17418050> [Stand: 17.06.2014]

Prange de Oliveira, Astrid (11.06.2014): Brasiliens Duell mit der Fifa. URL: <http://www.dw.de/brasiliens-duell-mit-der-fifa/a-17699572> [Stand: 14.06.2014]

Prates, Marco (07.05.2014): Aproveitem a Copa e não reclamem, dizem 31% dos brasileiros. URL: <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/aproveitem-a-copa-e-nao-reclamem-dizem-31-dos-brasileiros> [Stand: 17.06.2014]

Prefeitura de Rio de Janeiro/Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (RIOTUR) (2013): Verão 2014 atrairá milhares de Turistas para o Rio. URL: <http://www.rio.rj.gov.br/web/riotur/exibeconteudo?id=4473555> [Stand: 01.06.2014]

Prodetur Nacional-RJ (2012): Manual de Operações do Programa-MOP. URL: <http://www.prodetur.rj.gov.br/arquivos/MOP.pdf> [Stand: 01.06.2014]

Ramalho, Renan (24.06.2013): Dilma recebe MPL, governadores e prefeitos de capitais nesta segunda. URL: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2013/06/dilma-recebe-mpl-governadores-e-prefeitos-de-capitais-nesta-segunda.html> [Stand: 16.06.2014]

Reese, Jonas (02.03.2014): Fußball-WM 2014. Sicherheitsnetz für Brasilien. URL: http://www.deutschlandfunk.de/fussball-wm-2014-sicherheitsnetz-fuer-brasilien.1346.de.html?dram:article_id=278919 [Stand: 18.06.2014]

Reporter ohne Grenzen (2014b): Brasilien: Die Situation der Pressefreiheit im Überblick. URL: <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/laender/amerika/brasilien/ueberblick/> [Stand: 25.06.2014]

Reporter ohne Grenzen: Pressefreiheit - warum?. URL: <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/themen/pressefreiheit-warum/> [Stand: 25.06.2014]

- Reporter ohne Grenzen (2014a): Rangliste der Pressefreiheit 2014. URL: https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/Redaktion/Presse/Downloads/Ranglisten/Rangliste_2014/140211_Rangliste_Deutsch_Tabelle.pdf [Stand: 25.06.2014]
- Republic of South Africa (14.09.2007): 2010 FIFA World Cup South Africa. URL: <http://www.sa2010.gov.za/en/node/193> [Stand: 03.06.2014]
- Richter, Arne (11.06.2014): Der ewige Sepp: Blatter will 2015 erneut als Fifa-Chef kandidieren. URL: <http://www.abendblatt.de/sport/fussball/wm-2014/article128975548/Der-ewige-Sepp-Blatter-will-2015-erneut-als-Fifa-Chef-kandidieren.html> [Stand: 23.06.2014]
- Rio Guia Oficial (g): Búzios. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/arredores/buzios> [Stand: 29.05.2014]
- Rio Guia Oficial (j): Events. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/eventos> [Stand: 29.05.2014]
- Rio Guia Oficial (a): Geographic Characteristics. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/sobre-o-rio/dados-gerais/caracteristicas-geograficas-1> [Stand: 28.05.2014]
- Rio Guia Oficial (b): History. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/sobre-o-rio/historicos/historia-1> [Stand: 28.05.2014]
- Rio Guia Oficial (h): Paraty. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/arredores/paraty> [Stand: 29.05.2014]
- Rio Guia Oficial (e): Parque Nacional da Tijuca. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/rio-imperdivel/parque-nacional-da-tijuca> [Stand: 29.05.2014]
- Rio Guia Oficial (d): Praias. Zona Oeste. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/praias/zona-oeste> [Stand: 29.05.2014]
- Rio Guia Oficial (c): Praias. Zona Sul. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/praias/zona-sul> [Stand: 29.05.2014]
- Rio Guia Oficial (k): Services. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/informacoes-turisticas/servicos> [Stand: 29.05.2014]
- Rio Guia Oficial (i): Shopping. <http://www.rioguiaoficial.com.br/o-que-fazer/compras> [Stand: 29.05.2014]
- Rio Guia Oficial (f): Where to eat. URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/onde-comer> [Stand: 29.05.2014]

- Rio 2016: The Olympic Games. URL: <http://www.rio2016.com/en/the-games/olympic/event> [Stand: 06.06.2014]
- Romero, Simon/Neuman, William (20.06.2013): Sweeping Protests in Brazil Pull In an Array of Grievances. URL: http://www.nytimes.com/2013/06/21/world/americas/brazil-protests.html?pagewanted=1&_r=2 [Stand: 12.06.2014]
- Rosati, César (12.06.2013): Dez são presos sem direito a fiança após protestos em SP. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1293709-dez-pessoas-sao-presas-sem-direito-a-fianca-apos-protestos-em-sp.shtml> [Stand: 15.06.2014]
- Rüb, Matthias (22.10.2013): Preiswucher zur WM verärgert die Fans in Brasilien. URL: <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/steigende-flug-und-hotelkosten-preiswucher-zur-wm-veraergert-die-fans-in-brasilien-12627186.html> [Stand: 24.06.2014]
- Rüb, Matthias (29.03.2014): Wirtschaftsskandal bedroht Rousseff. Milliardengrab in Texas. URL: <http://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/wirtschaftsskandal-bedroht-dilma-rousseff-milliardengrab-in-texas-12868949.html> [Stand: 13.06.2014]
- Russau, Christian (04.12.2013): Kurze Chronologie der Juni-Proteste in Brasilien. URL: <http://www.kooperation-brasilien.org/de/themen/menschenrechte-gesellschaft/kurze-chronologie-der-juni-proteste-in-brasilien> [Stand: 15.06.2014]
- Sciaudone, Christiana/Frisch, Felipe (03.04.2014): Brazilian World Cup Tourism Boom Seen Muted on Protests. URL: <http://www.bloomberg.com/news/2014-04-03/world-cup-tourism-boom-seen-muted-as-protests-vex-fans.html> [Stand: 20.06.2014]
- Segador, Julio (18.06.2013): Der Auslöser sind zehn Cent. URL: <http://www.tagesschau.de/ausland/brasilien-proteste108.html> [Stand: 15.06.2014]
- Segatto, Cristiane (21.05.2014): O lado oculto das contas de hospital. Aktualisiert am 28.05.2014 URL: <http://epoca.globo.com/ideias/noticia/2014/05/o-lado-oculto-das-bcontas-de-hospitalb.html> [Stand: 14.06.2014]
- SevenOne Media GmbH (2012): Navigator Mediennutzung 2012. URL: https://www.sevenonemedia.de/c/document_library/get_file?uuid=2a6db46d-ed67-4961-a31f-722360028543&groupId=10143 [Stand: 06.06.2014]
- Sinus-Institut: Sinus-Milieus. URL: <http://www.sinus-institut.de/loesungen/sinus-milieus.html> [Stand: 05.06.2014]
- Smith, Ben (24.06.2013): Brazil will definitely host World Cup 2014, says Fifa. URL: <http://www.bbc.com/sport/0/football/23041223> [Stand: 23.06.2014]

- Social Progress Index (2014): URL: Social Progress Index 2014. Country Scorecards. URL: http://www.socialprogressimperative.org/system/resources/W1siZiIsIjIwMTRcLzA0XC8yMVwvMjJcLW1zE2XC8yNVwvOTg1XC9Tb2NpYWxfUHJvZ3Jlc3NfSW5kZXhfMjAxNF9TY29yZWNhcmRzLnBkZiJdXQ/Social%20Progress%20Index%202014_Scorecards.pdf [Stand: 15.06.2014]
- Spadoni, Isadora (08.06.2013): Grupo promete novo protesto contra aumento de passagens em SP. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1292012-grupo-promete-novo-protesto-contr-aumento-de-passagens-em-sp.shtml> [Stand: 15.06.2014]
- Sportschau (12.06.2014): Vor dem WM-Auftakt. Mission "Hexa" - Für Brasilien ist der Titel Pflicht. URL: <http://www.sportschau.de/fifawm2014/nachrichten/brasilien-vor-dem-wm-auftakt100.html> [Stand: 18.06.2014]
- Statista (2013): Auswirkungen des Arabischen Frühlings auf den Tourismus 2013. URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/250669/umfrage/auswirkungen-des-arabischen-fruehlings-auf-den-tourismus/> [Stand: 06.06.2014]
- Statista (2014): Ticketpreise für Spiele der Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien 2014. URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/295122/umfrage/ticketpreise-fussball-weltmeisterschaft/> [Stand: 14.06.2014]
- Süddeutsche.de (05.05.2014): Deutsche Heim-WM - Ein Sommermärchen für die Ewigkeit. URL: <http://www.sueddeutsche.de/news/sport/fussball-deutsche-heim-wm---ein-sommermaerchen-fuer-die-ewigkeit-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-140505-99-01027> [Stand: 03.06.2014]
- Süddeutsche.de (21.06.2013): Proteste gegen teure Fußball-WM - Der Zorn des jungen Brasilien. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/proteste-gegen-teure-fussball-wm-der-zorn-des-jungen-brasiliens-1.1699138-6> [Stand: 03.07.2014]
- Süddeutsche.de (20.06.2013): Sepp Blatter und die Krawalle in Brasilien. Augenverschleißer auf Welttournee. URL: <http://www.sueddeutsche.de/sport/sepp-blatter-und-die-krawalle-in-brasilien-augenverschliesser-auf-welttournee-1.1701243> [Stand: 23.06.2014]
- Süddeutsche.de (29.05.2014): Tumulte und Verletzte bei Lehrerprotesten in Rio. URL: <http://www.sueddeutsche.de/news/sport/fussball-tumulte-und-verletzte-bei-lehrerprotesten-in-rio-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-140529-99-00681> [Stand: 13.06.2014]
- Südwestdeutscher Rundfunk (SWR) (27.01.2014): Tour de Brasil. URL: <http://www.swr.de/unternehmen/presse/multimediale-pressemappen/tour-de-brasil/-/id=7503020/did=12772322/nid=7503020/4y8a0v/index.html> [Stand: 06.06.2014]

- Tagesschau (11.06.2014): Kurz vor Start der Fußball-WM in Brasilien. Obdachlosenbewegung sagt Proteste ab. URL: <http://www.tagesschau.de/ausland/brasilien-114.html> [Stand: 17.06.2014]
- Tagesschau (18.04.2014): 39 Tote bei zweitägigem Polizeistreik. URL: <http://www.tagesschau.de/ausland/brasilien-tote100.html> [Stand: 18.06.2014]
- The Economist (2013): Brazil's future. Has Brazil blown it? URL: <http://www.economist.com/news/leaders/21586833-stagnant-economy-bloated-state-and-mass-protests-mean-dilma-rousseff-must-change-course-has> [Stand: 30.05.2014]
- The Economist (2009): Brazil takes off. Now the risk for Latin America's big success story is hubris. URL: <http://www.economist.com/node/14845197> [Stand: 30.05.2014]
- The Economist (10.05.2014): The campaign in Brazil. The president and the pretenders. URL: <http://www.economist.com/news/americas/21601828-dilma-rousseffs-rivals-are-gaining-ground-president-and-pretenders> [Stand: 02.07.2014]
- The Economist (28.09.2013): The road to hell. URL: <http://www.economist.com/news/special-report/21586680-getting-brazil-moving-again-will-need-lots-private-investment-and-know-how-road> [Stand: 13.06.2014]
- TripAdvisor (28.05.2014): TripAdvisor Reveals The Costs To Visit Brazil's Soccer Host Cities. URL: <http://ir.tripadvisor.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=850876> [Stand: 14.06.2014]
- UNESCO: Rio de Janeiro: Carioca Landscapes between the Mountain and the Sea. URL: <http://whc.unesco.org/en/list/1100> [Stand: 29.05.2014]
- Veja (01.06.2014): Black blocs prometem caos na Copa com ajuda do PCC. URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/black-blocs-prometem-caos-na-copa-com-ajuda-do-pcc> [Stand: 17.06.2014]
- Veja (24.05.2014): Blatter diz que Brasil queria sediar Copa em 17 estádios. URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/blatter-diz-que-brasil-queria-sediar-copa-em-17-estadios> [Stand: 14.06.2014]
- Vietentours (2014b): WM Brasilien. Finale. URL: <http://www.vientours.com/fussball-weltmeisterschaft/wm-vorbuchen/finale> [Stand: 24.06.2014]
- Vietentours (2014a): WM Brasilien. Komplette WM. URL: <http://www.vientours.com/fussball-weltmeisterschaft/wm-vorbuchen/komplette-wm> [Stand: 24.06.2014]

- Wainer, João (25.05.2014): Relembre em 7 atos os protestos que pararam SP em junho de 2013. URL: <http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2014/05/1458969-relembre-em-7-atos-os-protestos-que-pararam-sp-em-junho-de-2013.shtml> [Stand: 15.06.2014]
- Weiß, Yvonne (05.07.2013): "Selbstverständlich kann man nach Ägypten reisen". URL: <http://www.welt.de/reise/Fern/article117760084/Selbstverstaendlich-kann-man-nach-Aegypten-reisen.html> [Stand: 06.06.2014]
- Wirtschaftskammer Österreich (WKO): Rio de Janeiro ist Brasiliens Wachstumsregion Nr. 1. Wirtschaftswachstum liegt weit über Landesdurchschnitt. URL: <https://www.wko.at/Content.Node/service/aussenwirtschaft/br/Rio-de-Janeiro-ist-Brasiliens-Wachstumsregion-Nr-1.html> [Stand: 30.05.2014]
- Wißmann, Constantin (23.06.2013): Demonstrationen in Brasilien. Protest-Bewegung veröffentlicht fünf Ziele. URL: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2013-06/proteste-brasilien-bewegung> [Stand: 12.06.2014]
- Wißmann, Constantin (23.06.2013): Protest-Bewegung veröffentlicht fünf Ziele. URL: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2013-06/proteste-brasilien-bewegung> [Stand: 16.05.2014]
- World Meteorological Organization (WMO) (05.06.2014): Weather Information for Rio de Janeiro. URL: <http://www.worldweather.org/136/c01080.htm> [Stand: 06.06.2014]
- Zanchetta, Diego/do Valle, Caio (24.04.2014): Haddad quer feriado nos seis dias de jogos em SP. URL: <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/haddad-quer-feriado-nos-seis-dias-de-jogos-em-sp> [Stand: 18.06.2014]
- Zehender, Michael (24.02.2014): Wohin Deutsche im Sommer 2014 am liebsten reisen. URL: <http://www.welt.de/reise/article125148340/Wohin-Deutsche-im-Sommer-2014-am-liebsten-reisen.html> [Stand: 20.06.2014]
- Zeit Online (23.04.2014): Krawalle nach Tod eines bekannten Tänzers. URL: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2014-04/brasilien-rio-de-janeiro-ausschreitungen> [Stand: 17.06.2014]
- Zeit Online (09.05.2014): Valcke warnt Fans: "Können nicht am Strand schlafen". URL: <http://www.zeit.de/news/2014-05/09/fussball-valcke-warnt-fans-koennen-nicht-am-strand-schlafen-09102602> [Stand: 22.06.2014]
- Zilla, Claudia (12.06.2014): Kein brasilianischer Frühling. URL: <http://www.theeuropean.de/claudia-zilla/8603-der-aufstieg-brasiliens-und-die-fussball-wm> [Stand: 24.06.2016]

Zylberkan, Mariana/Oliveira, Pâmela/Haidar, Daniel (01.06.2014): O país da Copa está em greve. URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/o-pais-da-copa-esta-em-greve> [Stand: 17.06.2014]

Anhang

Anhang 1: Die Definition von Tourist und seine Abgrenzung



Abbildung 8: Grundlegende Definitionen (nach UN/UNWTO¹)

Anhang 2: Die Tourismuswirtschaft



Abbildung 9: Die Bestandteile der Tourismuswirtschaft (nach Freyer²)

¹ Vgl. United Nations/World Tourism Organization (UNWTO) (2010): S. 9ff

² Vgl. Freyer (2006): S. 131

Anhang 3: Rio de Janeiro – die wunderbare Stadt (Cidade Maravilhosa)



Abbildung 10: Ausblick über die Stadt Rio de Janeiro (Quelle: Embratur³)

Anhang 4: Die fünf Grundregeln des Destinationsmarketings

Das Marketing beschäftigt sich nach *Meffert* allgemein gesagt mit der „**effizienten und bedürfnisgerechten Gestaltung von Austauschprozessen**“.⁴ Auf Destinationen bezogen besteht dieser Austauschprozess darin, dass die touristischen Dienstleister die Gesamtdienstleistung „Reise“ an einen Kunden weitergeben und der Kunde im Gegenzug den dafür veranschlagten Preis bezahlt. Um sich dabei gegen die Vielzahl von Konkurrenten behaupten zu können, müssen Destinationen folgende fünf Grundregeln beachten. (1) Zunächst sollte eine genaue Analyse des Imagekapitals durchgeführt werden. Damit bezeichnen *Tasci* und *Gartner* alle Informationen, die für die Imagebildung von Bedeutung sein könnten.⁵ Danach müssten die Märkte identifiziert werden, auf welche die jeweiligen Bestandteile des Image-Kapitals passen. Mit welchen Agenten die einzelnen Marktsegmente am besten angesprochen werden, müsste im Anschluss analysiert werden. Dann werden die Maßnahmen diskutiert und im Rahmen eines Imageformationsprozesses implementiert.⁶ Es lässt sich demnach eine klare, zielgerichtete strategische Ausrichtung der ein und derselben Destination für mehrere unterschiedliche Zielgruppen erkennen. (2) *Qu/Kim/Im* führen des Weiteren an, dass sich Images im Laufe der Zeit

³ Vgl. Portal da Copa: Galeria de imagens. URL: <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/galeria/turismoriodejaneiro> [Stand: 03.07.2014]

⁴ Meffert/Burmann/Kirchgeorg (2012): S. 3, Hervorhebung im Original.

⁵ Vgl. Tasci/Gartner (2007): S. 421

⁶ Vgl. Tasci/Gartner (2007): S. 423

verändern können. Deswegen sei es notwendig, ein permanentes Monitoring zu betreiben, um auf etwaige Veränderungen rechtzeitig reagieren zu können.⁷ Unterscheiden sich Image und Realität zu stark voneinander, kann der Urlaub sehr schnell negativ in Erinnerung bleiben. Da die Mundpropaganda (als organische Quelle) erheblichen Einfluss auf die Imagebildung bei anderen potentiellen Besuchern habe, müsse dafür gesorgt werden, dass keine großen Abweichungen in diesem Bereich auftreten. *Beerli* und *Martín* schlagen deshalb vor, als Destination generell die Nähe zu den Medien zu suchen und sehr eng mit ihnen zusammenzuarbeiten.⁸ (3) *Baloglu* und *McCleary* sind der Ansicht, dass man bezüglich der Werbemaßnahmen auf eine möglichst große Anzahl von Quellen und Quellenarten setzen sollte. Dadurch erhöhe sich die Werbewirkung signifikant.⁹ Bei der Gestaltung der Botschaften sind vor allem motivbezogene Attribute entscheidend, weniger die reinen Destinationsattribute.¹⁰ *San Martín* und *Rodriguez del Bosque* sehen das genauso, schließlich könnten dadurch schneller Gefühle geweckt und die affektive Komponente der Imagebildung verstärkt werden. Das wiederum hätte insgesamt eine größere Wirkung auf das Gesamtimage als Werbebotschaften, die ausschließlich die kognitive Ebene ansprechen würden.¹¹ (4) Außerdem ist es wichtig, Kampagnen zur Steigerung des Bekanntheitsgrades durchzuführen. Es wurde im Laufe der Arbeit bereits gezeigt, dass sich eine Einstellung nur bilden kann, wenn die jeweilige Kategorie im Denken der einzelnen Person angelegt ist. *Beerli* und *Martín* schlussfolgern deshalb: je bekannter eine Destination ist, desto mehr Besucher kann sie anziehen.¹² (5) Abschließend ist vor allem das Krisenmanagement ein ganz entscheidendes Element im Destinationsmarketing. Jede Krise generiert ein großes Ausmaß an negativer Berichterstattung. Da vor allem Nachrichtenagenturen (als autonome Quelle) eine große Glaubwürdigkeit und dadurch hohen Einfluss auf die Imagebildung haben, schlagen *Gertner* und *Kotler* folgenden Ablauf vor: 1. Touristen alarmieren und auffordern, bestimmte Gebiete zu nicht zu besuchen, um weitere Negativmeldungen zu vermeiden, 2. Ressourcen erhöhen, um negative Auswirkungen einzudämmen bzw. zurückzudrängen, 3. Medien zur Information über Maßnahmen und Erfolge nutzen.¹³ Zusammenfassend sei gesagt, dass das Destinationsmanagement dafür sorgen muss, dass ein effektives Image in den Köpfen der potentiellen Besucher entsteht. Die genannten fünf Regeln sind dabei von entscheidender Bedeutung. Unterm Strich muss ein Image fünf Kriterien erfüllen, um effektiv zu sein: Wahrheit, Glaubhaftigkeit, Einfachheit, Attraktivität und Unverwechselbarkeit.¹⁴

⁷ Vgl. Qu/Kim/Im (2010): S. 474

⁸ Vgl. Beerli/Martín (2004): S. 677

⁹ Vgl. Baloglu/McCleary (1999): S. 891

¹⁰ Vgl. Baloglu/McCleary (1999): S. 891

¹¹ Vgl. San Martín/Rodriguez del Bosque (2007): S. 274

¹² Vgl. Beerli/Martín (2004): S. 677

¹³ Vgl. Gertner/Kotler (2004): S. 52

¹⁴ Vgl. Gertner/Kotler (2004): S. 52

Anhang 5: Die touristische Bedürfnispyramide

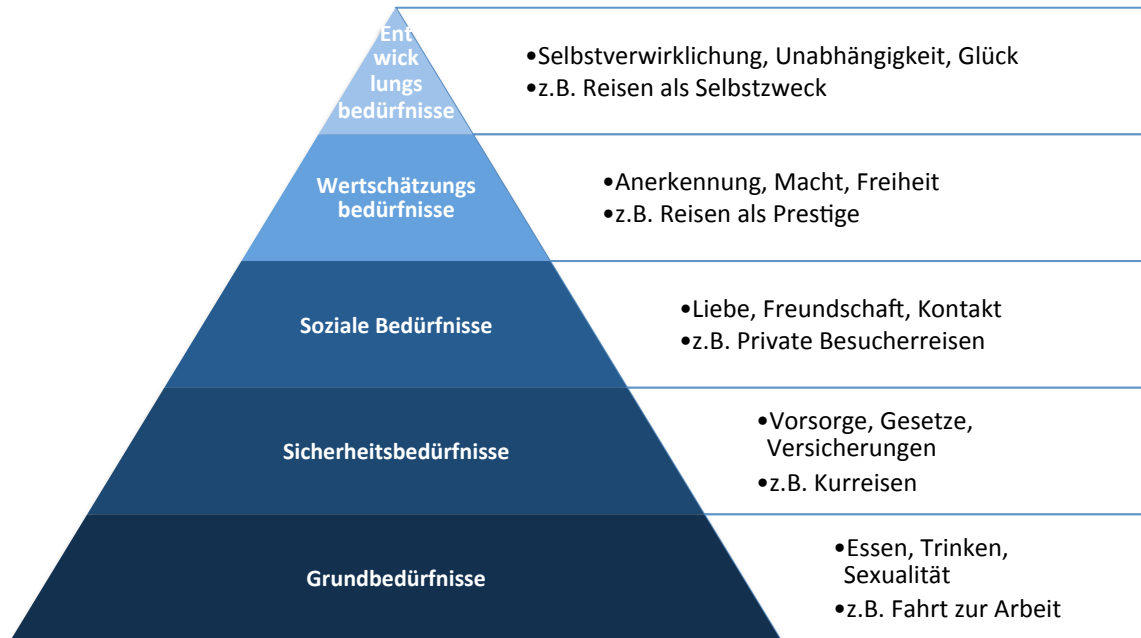


Abbildung 11: Die Maslowsche Bedürfnispyramide im Tourismus (nach Freyer¹⁵)

Anhang 6: Aspekte bei der Reisezielwahl (TOP 10 Entscheidungskriterien)



Abbildung 12: Aspekte bei der Reisezielwahl (nach Winkler¹⁶)

¹⁵ Vgl. Freyer (2006): S. 72

¹⁶ Vgl. Winkler (2009): S. 19

Anhang 7: Motive der Protestbewegung

Die folgenden Ergebnisse ergänzen die Erkenntnisse aus Kapitel 3.1.2. Sie sollen ein umfassendes Verständnis der brasilianischen Gesellschaft vermitteln, um so letztlich die Frage beantworten zu können, welche Faktoren den Ausbruch der Juni-Proteste begünstigt haben. Hier muss sich diese Arbeit freilich auf die wichtigsten Beispiele beschränken, schließlich könnte jeder Punkt im Rahmen einer eigenen Bachelorarbeit untersucht werden. Darüberhinaus liegt der Fokus dieser Arbeit auf einer touristischen Betrachtungsweise. Auch deswegen soll nicht zu tief in politische oder soziale Thematiken eingedrungen werden.

Korruption

Der schier aussichtslos erscheinende Kampf gegen das korrupte politische System des Landes war ein wichtiger Faktor für die Entstehung der Proteste und lässt sich an zwei konkreten Beispielen veranschaulichen. So wurde im Februar 2013 Renan Calheiros zum Präsidenten des Senats gewählt.¹⁷ Das Problem: das Amt, welches er bereits acht Jahre zuvor innehatte, musste er 2007 im Zuge von Korruptionsermittlungen abgeben. Dadurch schaffte er es, seine politischen Rechte zu erhalten und seine Karriere fortzusetzen. Dass er nun erneut als Präsident bestimmt worden war, war für viele Brasilianer ein Beleg dafür, dass der Korruption des Landes nicht beizukommen sei.¹⁸ Auch eine Unterschriftenaktion, an der sich 1,6 Millionen¹⁹ Menschen beteiligten, änderte nichts an der Entscheidung des Senats. Der Glauben, daran in Zukunft etwas ändern zu können, sei vielen Brasilianern laut *GIGA-Institut* inzwischen abhanden gekommen.²⁰ Dass liege vor allem daran, dass die Korruptionsbekämpfung von den Leuten vorangetrieben werden müsste, die selbst am meisten davon profitieren: den Politikern.²¹ Außerdem sei Korruption ein historisch gewachsenes Phänomen der brasilianischen Gesellschaft.²² Schon allein deshalb würde es lange dauern, dieses Bewusstsein zu ändern. Dass dennoch Erfolge verzeichnet werden können, zeigt Brasiliens größter Korruptionsskandal, die Mensalão-Affäre²³. Im gleichnamigen Prozess war 2012 die ehemalige Parteilite der Partido dos Trabalhadores (PT) angeklagt.²⁴ Das habe laut *Konrad-Adenauer-Stiftung* einen wichtigen Einschnitt dargestellt, schließlich habe die Arbeiterpartei²⁵ einen Neuanfang verkörpert und

¹⁷ Vgl. Fraundorfer (2013): S. 5

¹⁸ Vgl. Fraundorfer (2013): S. 5

¹⁹ Vgl. Fraundorfer (2013): S. 5

²⁰ Vgl. Stolte (2014): S. 5

²¹ Vgl. Fraundorfer (2013): S. 7

²² Vgl. Fraundorfer (2013): S. 7

²³ Der Name Mensalão bezieht sich auf das zweite Monatsgehalt, das Politiker zusätzlich zu ihrem normalen Verdienst in Form von Bestechungsgeldern erhielten. Vgl. Bürgi, Marc (2012): Die Hydra der Korruption. URL: http://www.kas.de/wfi/doc/kas_31677-1522-1-30.pdf?120718164813, S. 1. [Stand: 13.06.2014]

²⁴ Insgesamt standen 38 Personen vor Gericht, welche der Korruption und Geldwäsche beschuldigt wurden. Durch Schwarzgeldzahlungen sollen so Stimmen von Politikern anderer Parteien gekauft worden sein. Vgl. Bürgi (2012): S. 1 [Stand: 13.06.2014]

²⁵ Die Arbeiterpartei (Partido dos Trabalhadores) übernahm 2002 die politische Führung des Landes. Der große Sieger der damaligen Wahl war Luiz Inácio „Lula“ da Silva. Als Präsident übernahm er auf der einen Seite die erfolgreiche Wirtschaftspolitik seines Vorgängers und setzte sich auf der anderen für soziale Programme ein, von denen eine Viel-

einen Bruch mit den traditionellen Problemen wie Korruption dargestellt.²⁶ Ihr Imageschaden durch den Mensalão-Prozess war deswegen enorm. In der 2005 aufgefliegenen Affäre waren nicht nur Politiker verstrickt, sondern auch Unternehmen und Banken.²⁷ Laut der *Konrad-Adenauer-Stiftung* sollte man daher zu Recht hinterfragen, ob ein derart ausgeklügeltes System ohne die Mitwisser- bzw. Mittäterschaft der Parteiführung überhaupt hätte möglich sein können.²⁸ Umso interessanter ist, dass der damalige Präsident Lula nicht angeklagt wurde und ihm sogar ein Jahr nach Bekanntwerden des Skandals die Wiederwahl glückte.²⁹ Seinen wichtigsten Parteikollegen erging es jedoch anders. Am Ende eines überaus komplexen Falles³⁰ stand als Ergebnis die Verurteilung von José Dirceu, der rechten Hand Lulas (zehn Jahre Haft und Geldstrafe) und José Genoino, dem ehemaligen Vorsitzenden der PT (knapp sieben Jahre Haft).³¹ Der Prozess wurde zeitweise von bis zu 500 Medienvertretern am Verhandlungsort Brasília verfolgt und teilweise live im TV übertragen.³²

Fazit: Festzuhalten bleibt, dass im Mensalão-Prozess zum ersten Mal ehemalige hochrangige Politiker zu erheblichen Haftstrafen verurteilt wurden.³³ Diese Tatsache (in Kombination mit dem harten Durchgreifen des obersten Richters Joaquim Barbosa) hätte laut *GIGA-Institut* eine starke Signalwirkung für die politische Zukunft gehabt, nicht nur in Brasilien, sondern für die ganze Region Lateinamerikas.³⁴ Dass dabei noch viel Arbeit vor den Brasilianern liegt, zeigen neue Affären wie der Petrobras-Skandal, welcher weiteren Sprengstoff für die brasilianische Regierung, insbesondere für die Präsidentin Rousseff, bedeuten könnte.³⁵

zahl ärmerer Brasilianer profitierte. Vor diesem Hintergrund ist die noch heute währende große Popularität des ehemaligen Gewerkschaftsführers zu sehen. Vgl. Bürgi (2012): S. 1 [Stand: 13.06.2014]

²⁶ Vgl. Bürgi (2012): S. 1 [Stand: 13.06.2014]

²⁷ Vgl. Herzberg, Julika/Lingenthal, Lukas (2013): Der Mensalão-Prozess und seine Nachwehen. URL: http://www.kas.de/wf/doc/kas_33235-1522-1-30.pdf?130114110019, S. 2. [Stand: 13.06.2014]

²⁸ Vgl. Herzberg/Lingenthal (2013): S. 3 [Stand: 13.06.2014]

²⁹ Lula bestritt stets eine Beteiligung an der Affäre. Er sah den Skandal als Komplott gegen ihn. Vgl. Bürgi (2012): S. 1f [Stand: 13.06.2014]

³⁰ Die Komplexität des Falls wird deutlich bei einem Blick auf die Zahlen. So dauerte die Prozessvorbereitung insgesamt sieben Jahre. Dabei mussten 600 Zeugen vernommen werden und die Anklageschrift umfasste am Schluss 13.000 Seiten. Vgl. Herzberg/Lingenthal (2013): S. 1 [Stand: 13.06.2014]

³¹ Vgl. Herzberg/Lingenthal (2013): S. 2ff [Stand: 13.06.2014]

³² Vgl. Herzberg/Lingenthal (2013): S. 2 [Stand: 13.06.2014]

³³ Vgl. Fraundorfer, Markus/Llanos, Mariana (2012): „Der Mensalão-Korruptionsskandal mit weitreichenden Folgen für Brasiliens Demokratie“. In: GIGA German Institute of Global and Area Studies (Hg.) (2012): GIGA Focus, Nummer 12 2012, Hamburg, S. 6.

³⁴ Vgl. Fraundorfer/Llanos (2012): S. 6f

³⁵ Vgl. Rüb, Matthias (29.03.2014): Wirtschaftsskandal bedroht Rousseff. Milliardengrab in Texas. URL: <http://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/wirtschaftsskandal-bedroht-dilma-rousseff-milliardengrab-in-texas-12868949.html> [Stand: 13.06.2014]

Öffentliche Leistungen

Bei den Leistungen des öffentlichen Sektors beklagten die Demonstranten Defizite in den Bereichen Infrastruktur, Bildung und Gesundheit. Die **Infrastruktur** Brasiliens bezeichnet die *Konrad-Adenauer-Stiftung* als deutlich unterentwickelt.³⁶ Die *OECD* spricht in ihrem Länderbericht davon, dass nach drei verpassten Jahrzehnten in allen Bereichen Investitionen getätigt werden müssten.³⁷ In diesem Zusammenhang hatte die brasilianische Regierung bereits das Wachstumsbeschleunigungsprogramm PAC (*Programa de aceleração do crescimento*) gestartet, welches von der *OECD* zwar gelobt wird, ihr insgesamt allerdings zu wenig spezifisch sei. Es müsse insgesamt ein größerer Fokus auf die wichtigsten Projekte gelegt werden, um diese effektiv voranzutreiben.³⁸ Des Weiteren müsse vor allem der Schienenverkehr ausgebaut werden, da das Bahnnetz von 1930 bis 2009 insgesamt geschrumpft sei, was auf zu geringe Wartungsarbeiten und zu hohe politische Regulierung zurückzuführen sei.³⁹ Das hängt auch damit zusammen, dass die brasilianische Wirtschaft den Großteil ihrer Waren per LKW transportiert. So werden landwirtschaftliche Erzeugnisse, die im Norden des Landes produziert werden, einem Bericht des *The Economist* zufolge oft bis zu 2.000 Kilometer in den Süden gefahren, um dort in den Häfen Santos oder Paranaguá exportiert zu werden.⁴⁰ Dabei sind weniger als 15⁴¹ Prozent der Straßen geteert. Als Ergebnis zahlen die Bauern rund 25⁴² Prozent mehr, nur um die Güter zu den Häfen zu befördern. Dass dadurch nach der Haupterntezeit die Kapazitäten zum Erliegen kommen, ist keine Seltenheit. So stornierte unlängst ein chinesischer Großabnehmer eine Bestellung über zwei Millionen⁴³ Tonnen Soja aufgrund wiederholter Lieferungsverzüge. Darüberhinaus verderbe laut *The Economist* ein Großteil der Waren während der Reise aufgrund mangelnder Kühlung.⁴⁴ Der Bau nähergelegener, privater Häfen werde durch die starke Lobby öffentlicher Hafenbetreiber, teure Studien oder langwierige Bürokratie beeinträchtigt.⁴⁵ Der staatliche Flughafenbetreiber *Infraero* habe es zudem nicht annähernd geschafft, die im Zeitraum 2007 bis 2010 geplanten drei Milliarden Euro an Investitionen auszugeben. Insgesamt wurden in diesem Zeitraum nur 800 Millionen⁴⁶ investiert. Auch der Bereich Wasser- und Sanitärversorgung brauche laut *OECD* dringend finanzielle Unterstützung.⁴⁷ Sowohl bei den staatlichen Aufwendungen im Bereich Infrastruktur als auch beim Wert der öffentlichen Infrastruktur am BIP liegt Brasilien im internationalen Vergleich weit zurück (1,5 Prozent gegenüber dem globalen Durchschnitt von 3,8⁴⁸ Prozent bzw. 16 Prozent bei einem

³⁶ Vgl. Dane/Schotte (2013): S. 1 [Stand: 13.06.2014]

³⁷ Vgl. Mourougane, Annabelle/Pisu, Mauro (2011): „Promoting Infrastructure Development in Brazil“. In: OECD (Hg.) (2011): OECD Economics Department Working Papers, No. 898, S. 27.

³⁸ Vgl. Mourougane/Pisu (2011): S. 27

³⁹ Vgl. Mourougane/Pisu (2011): S. 28

⁴⁰ Vgl. *The Economist* (28.09.2013): The road to hell. URL: <http://www.economist.com/news/special-report/21586680-getting-brazil-moving-again-will-need-lots-private-investment-and-know-how-road> [Stand: 13.06.2014]

⁴¹ Mourougane/Pisu (2011): S. 28

⁴² Vgl. *The Economist* (28.09.2013) [Stand: 13.06.2014]

⁴³ Vgl. *The Economist* (28.09.2013) [Stand: 13.06.2014]

⁴⁴ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 10

⁴⁵ Vgl. *The Economist* (28.09.2013) [Stand: 13.06.2014]

⁴⁶ Vgl. *The Economist* (28.09.2013) [Stand: 13.06.2014]

⁴⁷ Vgl. Mourougane/Pisu (2011): S. 28

⁴⁸ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 9f

Durchschnitt entwickelter Volkswirtschaften von 71⁴⁹ Prozent). Es fehle vor allem an privaten Investoren, doch die hielten sich aufgrund des hohen Risikos zurück.⁵⁰

Auch im Bereich **Bildung** gibt es Verbesserungspotential. Zwar weist Brasilien beim PISA-Test den größten Leistungszuwachs seit 2003 auf, allerdings bewegen sich die Zahlen immer noch unter dem OECD-Durchschnitt.⁵¹ Zusätzlich sind die Abbrecherraten im internationalen Vergleich sehr hoch,⁵² und nur 39⁵³ Prozent der Schüler geben an, mit den Bedingungen an ihrer Schule zufrieden zu sein. Vor allem sei laut *BBC* ein starkes Gefälle in der Lehrqualität von öffentlichen und privaten Schulen zu verzeichnen.⁵⁴ Letztere seien zudem für ärmere Bevölkerungsschichten unerreichbar, da diese die hohen monatlichen Gebühren nicht bezahlen könnten. Das wiederum erschwere ihnen später den Zugang zu den Universitäten. Hier sind es in umgedrehter Form die öffentlichen Unis, die den besten Ruf genießen.⁵⁵ Die Qualität der akademischen Erziehung bei den privaten Lehranstalten ist dagegen oftmals fraglich.⁵⁶ Zudem seien diese immer mit hohen Studiengebühren verbunden, die sich ärmere Bevölkerungsschichten nicht leisten könnten.⁵⁷ Insgesamt landet Brasilien daher in einer *Pearson-Studie*, bei der die *Economist Intelligence Unit* das Bildungssystem in 40 Ländern untersuchte, nur auf dem vorvorletzten Platz.⁵⁸ Unterm Strich gibt die brasilianische Regierung 5,6⁵⁹ Prozent des BIP für Bildung aus (Stand 2010) und liegt damit unter dem OECD-Durchschnitt von 6,3⁶⁰ Prozent. Daraus würden sich laut *Konrad-Adenauer-Stiftung* große Probleme ergeben wie akuter Fachkräftemangel bei den Unternehmen oder unzureichende Alphabetisierungsraten unter den Schülern, welche die vierte Klasse abschließen.⁶¹ Des Weiteren sei laut *Süddeutscher Zeitung* eine zunehmende Unzufriedenheit bei den Lehrern festzustellen, die sich in zum Teil in wochenlangen Streiks ausdrücke.⁶²

⁴⁹ Vgl. Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut (HWWI)/Berenberg (2014): S. 10

⁵⁰ Vgl. The Economist (28.09.2013) [Stand: 13.06.2014]

⁵¹ Vgl. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2012): Programme for International Student Assessment (PISA) Results from PISA 2012. Brazil. URL: <http://www.oecd.org/pisa/keyfindings/PISA-2012-results-brazil.pdf>, S. 1. [Stand: 13.06.2014]

⁵² Vgl. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2012): S. 4 [Stand: 13.06.2014]

⁵³ Vgl. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2012): S. 6 [Stand: 13.06.2014]

⁵⁴ Vgl. Cabral, Paulo/Throssell, Liz (27.09.2010): Brazil's education challenge in bid to be world player. URL: <http://www.bbc.com/news/world-latin-america-11413590> [Stand: 13.06.2014]

⁵⁵ Vgl. Novais, Andréa (30.10.2011): The Brazilian Educational System. URL: <http://thebrazilbusiness.com/article/the-brazilian-educational-system> [Stand: 13.06.2014]

⁵⁶ Vgl. Novais (30.10.2011) [Stand: 13.06.2014]

⁵⁷ Vgl. Petersen, Volker (12.05.2014): Ein Monat bis zum Eröffnungsspiel. Was die Brasilianer an der WM ärgert. URL: <http://www.n-tv.de/sport/fussball/Was-die-Brasilianer-an-der-WM-aergert-article12814441.html> [Stand: 14.06.2014]

⁵⁸ Vgl. Pearson/Economist Intelligence Unit (2014): Index of cognitive skills and educational attainment. URL: <http://thelearningcurve.pearson.com/index/index-ranking> [Stand: 13.06.2014]

⁵⁹ Vgl. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2013a): Education at a Glance 2013. Brazil. URL: http://www.oecd.org/edu/Brazil_EAG2013%20Country%20Note.pdf, S. 2. [Stand: 13.06.2014]

⁶⁰ So liegen die Ausgaben pro Grundschüler im OECD-Durchschnitt bei 7974 US Dollar. Brasilien gibt 2778 US Dollar aus. Vgl. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2013a): S. 4

⁶¹ Vgl. Dane/Schotte (2013): S. 3 [Stand: 13.06.2014]

⁶² Vgl. Süddeutsche.de (29.05.2014): Tumulte und Verletzte bei Lehrerprotesten in Rio. URL: <http://www.sueddeutsche.de/news/sport/fussball-tumulte-und-verletzte-bei-lehrerprotesten-in-rio-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-140529-99-00681> [Stand: 13.06.2014]

Daneben war auch das **Gesundheitswesen** Teil der Proteste. Eine *Bloomberg-Studie* listet das Gesundheitssystem Brasiliens im Vergleich 48 Länder hinter z.B. Algerien oder Serbien auf dem letzten Platz.⁶³ Dabei ist der prozentuelle Anteil der Ausgaben für Gesundheit am BIP mit 8,9⁶⁴ Prozent nur geringfügig kleiner als im OECD-Durchschnitt. Große Unterschiede ergeben sich allerdings, wenn man die Ausgaben auf die Anzahl der Bürger verteilt. So gab Brasilien im Jahr 2011 nur 1043⁶⁵ US Dollar pro Kopf aus, was nicht mal einem Drittel des Durchschnitts der OECD-Länder entspricht. In Brasilien kommen auf 1000 Bürger 1,8 Ärzte (OECD-Durchschnitt: 3,2), 1,5 Krankenschwestern (OECD-Durchschnitt: 8,7) und 2,4 Krankenhausbetten (OECD-Durchschnitt: 4,8).⁶⁶ Bei der Lebenserwartung und der Geburtensterblichkeit ergibt sich ein ähnlicher Trend.⁶⁷ Als große Kritikpunkte führt die brasilianische Wochenzeitschrift *Época* die zum Betrug einladende Intransparenz und den immer stärker ausufernden Wettkampf zwischen Versicherungen und Krankenhäusern an.⁶⁸ Ferner würden notwendige Standards fehlen und das System sei nicht angepasst an den immer stärker werdenden demographischen Wandel des Landes.⁶⁹

Fazit: Brasilien wollte mit der WM zeigen, dass es mit den etablierten Wirtschaftsmächten der Welt mithalten könne. Dass es dabei allerdings noch einen weiten Weg vor sich hat, zeigen der Blick auf die Zahlen und der internationale Vergleich, wo sich Brasilien in vielen Bereichen weit hinter den westlichen Staaten einordnet. So wies bereits kurz vor der WM der ehemalige Präsident Lula bereits darauf hin, Brasilien sei nicht Deutschland.⁷⁰ Und dass man die beiden Gastgeberländer der Fußball-WM deswegen auch nicht ständig vergleichen sollte. Für die FIFA zählt eine derartige Argumentation freilich nicht. Für sie ist das Entscheidende, dass ihre Auflagen erfüllt werden – unabhängig vom Austragungsort und den Lebensumständen seiner Bevölkerung. Ihre Standards sind die Selben, egal ob die WM in einem Entwicklungsland oder einem Industriestaat stattfindet. Vor diesem Hintergrund war auf vielen Plakaten, welche die Brasilianer während der Proteste hochhielten, zu lesen: wir wollen Krankenhäuser und Schulen nach FIFA-Standard.⁷¹ Auf die Rolle der FIFA und der Fußball-WM muss daher im Folgenden auch genauer eingegangen werden.

⁶³ Vgl. Bloomberg (19.08.2013): Most Efficient Health Care: Countries. URL: <http://www.bloomberg.com/visual-data/best-and-worst/most-efficient-health-care-countries> [Stand: 14.06.2014]

⁶⁴ Vgl. OECD Better Life Index (2014): Brasilien. URL: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/de/countries/brazil-de/> [Stand: 14.06.2014]

⁶⁵ Vgl. OECD Better Life Index (2014) [Stand: 14.06.2014]

⁶⁶ Vgl. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2013b): OECD Health Data 2013. How Does Brazil Compare with OECD Countries. URL: <http://www.oecd.org/els/health-systems/Briefing-Note-BRAZIL-2013.pdf>, S. 2. [Stand: 14.06.2014]

⁶⁷ Vgl. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2013b): S. 2 [Stand: 14.06.2014]

⁶⁸ Vgl. Segatto, Cristiane (21.05.2014): O lado oculto das contas de hospital. Aktualisiert am 28.05.2014 URL: <http://epoca.globo.com/ideias/noticia/2014/05/o-lado-oculto-das-bcontas-de-hospitalb.html> [Stand: 14.06.2014]

⁶⁹ Vgl. Segatto (21.05.2014) [Stand: 14.06.2014]

⁷⁰ Vgl. Lula da Silva, Luiz Inácio, zitiert nach Die Welt (29.05.2014): Ex-Präsident Lula: Brasilien ist nicht Deutschland. URL: <http://www.welt.de/newsticker/sport-news/article128532888/Ex-Praesident-Lula-Brasilien-ist-nicht-Deutschland.html> [Stand: 14.06.2014]

⁷¹ Vgl. Bartelt (2014a): S. 13

Die Fußball-Weltmeisterschaft

Dass es ausgerechnet im Land des Fußballs zu einem solch erheblichen Widerstand gegen das wichtigste Fußball-Event der Welt kommen würde, war für viele überraschend. Doch bei genauerer Betrachtung sieht man eine ganze Reihe von Konfliktherden, welche diese Entwicklung befeuerten. Zum einen wären das die hohen **Ausgaben** der Regierung für das Turnier. Insgesamt belaufen sie sich auf 25,8 Milliarden⁷² Brasilianische Reais (etwa 8,6 Milliarden Euro beim Euro-Real-Wechselkurs von 3,02⁷³). Damit ist die Fußball-WM in Brasilien die teuerste aller Zeiten.⁷⁴ Allein die Ausgaben für die Stadien bei der WM 2014 sind höher als die für Neubau und Modernisierung der beiden vorangegangenen WMs zusammen.⁷⁵ Die brasilianische Regierung bestand dabei auf zwölf Stadien, obwohl von der FIFA nur acht bis zehn gefordert wurden.⁷⁶ Ursprünglich habe Brasilien nach Aussagen des FIFA-Präsidenten *Joseph Blatter* sogar 17 Stadien gewollt.⁷⁷ Sieben davon wurden komplett neu gebaut (auch in São Paulo, wo es bereits fertige Stadien gegeben hätte, die man für weniger Geld hätte modernisieren können).⁷⁸ Bei vier bestehe laut *Peterson* die akute Gefahr, dass sie sich nach Ende der WM in weiße Elefanten verwandeln könnten, d.h. Investitionsruinen ohne zukünftige Nutzungsmöglichkeit, dafür aber mit monatlichen Wartungskosten in Millionenhöhe.⁷⁹ So gebe es weder in Manaus, noch in Brasília, Natal oder Cuiabá Mannschaften in den oberen Ligen des Landes. Zudem wurde das Versprechen Lulas gebrochen, das Turnier komplett privat zu finanzieren. 80⁸⁰ Prozent der Gelder kommen aus der Staatskasse. Dabei liegt das Risiko allein auf Seiten des Gastgeberlandes. Die FIFA konnte z.B. 2010 einen Gewinn von 2,2 Milliarden⁸¹ US Dollar erwirtschaften. Südafrika als Ausrichter dagegen verzeichnete ein Minus von 2,2⁸² Milliarden Euro. Auch für 2014 kalkuliert die FIFA wieder mit einem Plus von vier⁸³ Milliarden Euro. Als Brasilianer darf man sich daher durchaus die Frage stellen, für wen die Weltmeisterschaft eigentlich stattfindet. Denn schaut man auf die Preise, so wird schnell klar, dass sie für einen Großteil der brasilianischen Bevölkerung (durchschnittliches Jahreseinkommen pro Kopf: 11.310⁸⁴ US Dollar / monatlicher Mindestlohn: 300⁸⁵ US Dollar) unerschwinglich sein wird. Das Internetportal *TripAdvisor* hat die durchschnittlichen Kosten in den Austragungsstädten analy-

⁷² Vgl. Kanno (2014) [Stand: 14.06.2014]

⁷³ Vgl. Finanzen.net (2014) [Stand: 14.06.2014]

⁷⁴ Vgl. Ling, Martin (2014): „WM der unbegrenzten Möglichkeiten. Brasilien ist weit mehr als nur Land des Fußballs“. In: Inkota-Netzwerk e.V. (Hg.) (2014): Brasilien vor der WM. Boomland in Schwierigkeiten. Südlink, 42. Jahrgang/März 2014/Heft 167, Berlin, S. 16-17, S. 17.

⁷⁵ Vgl. Ling (2014): S. 17

⁷⁶ Vgl. Lepiani, Giancarlo (12.05.2014): A 1 mês da Copa, seleção pode ganhar, mas Brasil perdeu. URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/a-1-mes-da-copa-selecao-pode-ganhar-mas-brasil-perdeu> [Stand: 14.06.2014]

⁷⁷ Vgl. Veja (24.05.2014): Blatter diz que Brasil queria sediar Copa em 17 estádios. URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/blatter-diz-que-brasil-queria-sediar-copa-em-17-estadios> [Stand: 14.06.2014]

⁷⁸ Vgl. Ling (2014): S. 17

⁷⁹ Vgl. Petersen (12.05.2014) [Stand: 14.06.2014]

⁸⁰ Vgl. Bartelt (13.03.2014) [Stand: 14.06.2014]

⁸¹ Vgl. Ling (2014): S. 17

⁸² Vgl. Ling (2014): S. 17

⁸³ Vgl. Bartelt (13.03.2014) [Stand: 14.06.2014]

⁸⁴ Vgl. Auswärtiges Amt (Juni 2014): Brasilien. Wirtschaft. URL: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/Brasilien/Wirtschaft_node.html [Stand: 14.06.2014]

⁸⁵ Vgl. Bartelt (13.03.2014) [Stand: 14.06.2014]

siert. Demnach koste ein Tag in Rio de Janeiro für einen Touristen 681,82⁸⁶ US Dollar (darin inbegriffen: Eintrittskarte für die Gruppenphase, Hotel, Abendessen, Brotzeit und Taxi).⁸⁷ Der Preis für ein einfaches Gruppenspiel der billigsten Preiskategorie beträgt bereits 90⁸⁸ US Dollar. Zwar mag sich das ein kleiner Teil der Brasilianer noch leisten können, allerdings braucht es eine gute Portion Glück, um überhaupt an Karten für die Spiele zu kommen. Schließlich setzt die FIFA beim Kartenverkauf auf eine Mischung aus Zufallsprinzip und First-Come-First-Served.⁸⁹ Und auch die, die gehofft hatten, die Fußball-WM bringe wichtige Impulse für die Infrastrukturentwicklung, wurden enttäuscht. Laut eines Berichts des brasilianischen Medienkonzerns *Globo* seien von den geplanten 81 Projekten hundert Tage vor Anpfiff des Eröffnungsspiels gerade einmal 15 fertig gewesen.⁹⁰ Bei 36 von ihnen habe sich das ursprüngliche Budget zum Teil erheblich erhöht.⁹¹ Man darf vermuten, dass darüber hinaus am Schluss hauptsächlich die Infrastrukturprojekte gepusht wurden, die in erster Linie der Ausrichtung der WM dienten und weniger dem alltäglichen Leben der Brasilianer nach dem Turnier.

Das wäre verständlich, schließlich hat der Druck durch die **FIFA** immens zugenommen. Im März 2012 sorgte FIFA-Generalsekretär *Jérôme Valcke* für Aufregung, als er mit Hinblick auf die schleppenden Vorbereitungen im Land meinte, Brasilien brauche einen „Tritt in den Hintern“⁹². Die Beziehung zwischen Weltverband und Gastgeber kühlten in der Folge drastisch ab. Auch wenn sich der Ton mittlerweile wieder entspannt hat, sagten zur Eröffnung des FIFA-Kongresses in São Paulo kurz vor dem WM-Eröffnungsspiel sowohl die Präsidentin Brasiliens, der Gouverneur São Paulos als auch der Bürgermeister der Stadt ab.⁹³ Das lässt sich als klares Signal werten. Auf der anderen Seite darf trotz aller Unstimmigkeiten nicht vergessen werden, was Brasilien der FIFA vertraglich zugesichert hat. So darf jetzt zum Beispiel Bier in den Stadien ausgeschenkt werden (zuvor verboten in Brasilien) und es wurden Preise für die Tickets sowie Bannmeilen rund um die Stadien festgelegt. Die Haftung beim Markenschutz und bei eventuellen Verzögerungen durch Demonstrationen liegt seit Verabschiedung des Allgemeinen WM-Gesetzes ebenso ausschließlich beim brasilianischen Ausrichter.⁹⁴ Um im Zuge dieses Drucks rechtzeitig fertig zu werden, wurden die Arbeiten an den Baustellen rapide angezogen. Sehr zum Leidwesen der Arbeiter und der Personen mit Wohnungen im direkten Umfeld der Stadien. Acht⁹⁵ Arbeiter sind bei den Bauarbeiten ums Leben gekommen. Mehr als 170.000⁹⁶

⁸⁶ Vgl. TripAdvisor (28.05.2014) [Stand: 14.06.2014]

⁸⁷ Vgl. TripAdvisor (28.05.2014) [Stand: 14.06.2014]

⁸⁸ Vgl. Statista (2014): Ticketpreise für Spiele der Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien 2014. URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/295122/umfrage/ticketpreise-fussball-weltmeisterschaft/> [Stand: 14.06.2014]

⁸⁹ Vgl. FIFA (2014): Ticketing bei der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014™. Fan-Leitfaden. URL: http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/ticketing/02/15/43/02/2014fwc_ticketingfanguide_de_update_german.pdf, S. 3. [Stand: 14.06.2014]

⁹⁰ Vgl. Marques, Fabrício (04.03.2014): A 100 dias da Copa, só 18% das obras de infraestrutura foram entregues. URL: <http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2014/03/100-dias-da-copa-so-18-das-obras-de-infraestrutura-foram-entregues.html> [Stand: 14.06.2014]

⁹¹ Vgl. Marques (04.03.2014) [Stand: 14.06.2014]

⁹² Valcke, Jérôme, zitiert nach Prange de Oliveira, Astrid (11.06.2014): Brasiliens Duell mit der Fifa. URL: <http://www.dw.de/brasiliens-duell-mit-der-fifa/a-17699572> [Stand: 14.06.2014]

⁹³ Vgl. Prange de Oliveira (11.06.2014) [Stand: 14.06.2014]

⁹⁴ Vgl. Bartelt (13.03.2014) [Stand: 14.06.2014]

⁹⁵ Vgl. N-TV (08.05.2014): Brasilianer erleidet Stromschlag. Achter Arbeiter stirbt auf WM-Baustelle. URL: <http://www.n-tv.de/panorama/Achter-Arbeiter-stirbt-auf-WM-Baustelle-article12794456.html> [Stand: 14.06.2014]

Menschen mussten umgesiedelt werden. Nicht immer seien sie der *Heinrich-Böll-Stiftung* zufolge rechtzeitig informiert, in die Entscheidung eingebunden, angemessen entschädigt oder mit Ersatzwohnungen versorgt worden.⁹⁷ Nicht selten liest man, die FIFA führe sich auf wie eine „Besatzungsmacht“⁹⁸. Die hält dagegen. Brasilien habe sich um die WM beworben. Man habe sie ihnen nicht aufgezwungen, betont ihr Präsident *Joseph Blatter*.⁹⁹

Fazit: Freilich sind die Ausgaben für die Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien enorm, vor allem, wenn man sie mit den Ausgaben früherer Turniere vergleicht. Für das Geld, welches in Brasilien ein Stadion finanziert, baut man in Europa zwei.¹⁰⁰ Ineffizientes Management mag dabei ein Grund sein. Dass auch Korruption eine Rolle gespielt hat, ist – auch mit Hinblick auf die Erkenntnisse dieses Kapitels – sehr wahrscheinlich. Dass sich zudem die hitzige Stimmung zwischen brasilianischer Regierung und FIFA negativ auf die Bevölkerung auswirkt, erscheint ebenso logisch. Nichtsdestotrotz muss erwähnt werden, dass die kompletten Ausgaben des WM-Turniers gerade einmal etwa einen Monat der Staatsausgaben für Bildung entsprechen.¹⁰¹ Oder anders gesagt: Der öffentliche Sektor gibt im Jahr 10,9-mal mehr für Bildung aus als insgesamt für die Weltmeisterschaft 2014. Was bleibt, ist die Frage nach den langfristigen positiven Effekten der WM. Wie im zweiten Kapitel gesagt wurde, sind finanzielle Gewinne für die Wirtschaft eher unwahrscheinlich. FIFA-Generalsekretär *Jérôme Valcke* betont, dass man frühestens ab 2017 das Vermächtnis der WM spüren werde.¹⁰² Das alltägliche Leben der Brasilianer werde dann durch Verbesserungen der städtischen Mobilität, der Flughäfen oder der Telekommunikation bereichert werden. Was das Verhältnis FIFA-Brasilianische Regierung angeht, lässt sich zumindest nach außen hin fürs Erste eine Entspannung feststellen.

⁹⁶ Vgl. Bartelt (13.03.2014) [Stand: 14.06.2014]

⁹⁷ Vgl. Bartelt (13.03.2014) [Stand: 14.06.2014]

⁹⁸ Exner, Uli (25.03.2014): Die Besatzungsmacht Fifa fällt über Brasilien her. URL: <http://www.welt.de/sport/fussball/wm-2014/article126081346/Die-Besatzungsmacht-Fifa-faellt-ueber-Brasilien-her.html> [Stand: 14.06.2014]

⁹⁹ Blatter, Joseph, zitiert nach Focus Online (19.06.2013): WM. Blatter: Haben Brasilien die WM nicht aufgezwungen. URL: http://www.focus.de/sport/fussball/wm-2014/wm-blatter-haben-brasilien-die-wm-nicht-aufgezwungen_aid_1019429.html [Stand: 14.06.2014]

¹⁰⁰ Vgl. Exner (25.03.2014) [Stand: 14.06.2014]

¹⁰¹ Vgl. Kanno (2014) [Stand: 14.06.2014]

¹⁰² Vgl. Valcke, Jérôme, zitiert nach Barsetti, Sílvia (23.05.2014): Valcke diz que legado da Copa do Mundo vai aparecer só em 2017. URL: <http://esportes.estadao.com.br/noticias/geral,valcke-diz-que-legado-da-copa-do-mundo-vai-aparecer-so-em-2017,1170637> [Stand: 14.06.2014]

Polizeigewalt

Das letzte wichtige Argument, welches viele Menschen im Juni 2013 auf die Straße drängte, war die übertriebene Gewalt, mit der die brasilianische Polizei auf die Proteste reagierte. Sie hätte in den Augen des *Konrad-Adenauer-Instituts* eine regelrechte Massenempörung ausgelöst.¹⁰³ *Amnesty International* kritisierte dabei den übermäßigen Einsatz von Tränengas, Gummigeschossen und Schlagstöcken gegen zum Teil friedliche Demonstranten aber auch gegen Journalisten.¹⁰⁴ In einem Fall seien sogar Rauchbomben in den Eingang eines Krankenhauses geworfen worden.¹⁰⁵ Insgesamt wurden so allein in São Paulo und Rio de Janeiro hunderte¹⁰⁶ Menschen verletzt, mindestens 13¹⁰⁷ Personen starben. In Rio soll in einem Fall sogar echte Munition verwendet worden sein, um Protestierende auseinander zu treiben.¹⁰⁸ Dass hier nicht immer nach internationalen Standards¹⁰⁹ zum Einsatz von Feuerwaffen vorgegangen wurde, wird bei Betrachtung zweier Einzelbeispiele deutlich. So verlor der Fotograf *Sérgio Andrade da Silva* ein Auge, als er am 13. Juni Bilder von den Protesten schießen wollte und ihn ein Gummigeschoss der Polizei am Kopf traf. Die Polizeiaktion beschreibt er als Attacke, da es zu diesem Zeitpunkt keinerlei Anzeichen von Gewalt gegeben hätte.¹¹⁰ Der Reporterin *Guiliana Vallone* erging es ähnlich. Sie behauptet, ein Polizist habe sie gesehen und sie gezielt aus zwanzig Metern angeschossen. Auch sie hätte ihr Auge nach Angaben der Ärzte wahrscheinlich verloren, hätte sie keine eine Brille getragen, welche die Wucht des Einschlags reduziert habe.¹¹¹ Als Gründe für das vehemente Einschreiten der Polizisten könne man laut *Der Zeit* eine tief verwurzelte Gewaltkultur der brasilianischen Polizei, schlechte Ausbildung und einem fortwährenden Machtkampf zwischen der Bundespolizei (Polícia Federal) und der Militärpolizei (Polícia Militar) nennen.¹¹² Ferner ist Brasilien durch den Druck der FIFA dazu angehalten, eine erfolgreiche und sichere WM zu veranstalten. Die Polizei versucht daher die Gewalt im Land (die eine immense Belastung für die Bevölkerung darstellt wie der *Social Progress Index* zeigt)¹¹³ heftig zu bekämpfen. Ihr Werkzeug ist dabei ebenfalls Gewalt, entweder präventiv eingesetzt oder als

¹⁰³ Vgl. Lingenthal/Fischer (05.07.2013): S. 1 [Stand: 12.06.2014]

¹⁰⁴ Vgl. Amnesty International (2014): "They use a strategy of fear." Protecting the Right to Protest in Brazil. London, S. 3.

¹⁰⁵ Vgl. Amnesty International (2014): S. 6

¹⁰⁶ Vgl. Amnesty International (2014): S. 6

¹⁰⁷ Vgl. Fritsch, Oliver/Spiller, Christian (30.05.2014): Brasiliens Polizei hat ein Gewaltproblem. URL: <http://www.zeit.de/sport/2014-05/brasilien-polizei-gewalt-wm> [Stand: 15.06.2014]

¹⁰⁸ Vgl. Amnesty International (2014): S. 6

¹⁰⁹ *Amnesty International* führt dabei folgende international geltende Kriterien auf: Einsatz nur im äußersten Notfall, nur im absolut notwendigen Ausmaß und nur zur Selbstverteidigung oder zur Verteidigung anderer bei einer unmittelbaren Bedrohung. Vgl. Amnesty International (2014): S. 6f

¹¹⁰ Vgl. Amnesty International (2014): S. 8

¹¹¹ Vgl. Amnesty International (2014): S. 9

¹¹² Vgl. Fritsch/Spiller (30.05.2014) [Stand: 15.06.2014]

¹¹³ Vgl. Im *Social Progress Index* liegt Brasilien in der Kategorie „Personal Safety“ auf Rang 122 im weltweiten Vergleich von 132 Ländern. Vor allem in den Bereichen Mordrate, Anteil gewalttätiger Verbrechen und wahrgenommene Kriminalität weist das Land gravierende Schwächen auf. In Relation zu anderen Ländern befindet sich Brasilien laut *Social Progress Index* auf einem vergleichbaren Level mit z.B. Serbien, Kolumbien oder Venezuela. Vgl. Social Progress Index (2014): URL: http://www.socialprogressimperative.org/system/resources/W1siZiIsIjIwMTI0LzA0XC8yMVVwMjJcLzE2XC8yNVVwOTg1XC9Tb2NpYWxfUHJvZ3Jlc3NfSW5kZXhfMjAxNF9TY29yZW5hcmRzLnBkZiJdXQ/Social%20Progress%20Index%202014_Scorecards.pdf, S. 17. [Stand: 15.06.2014]

Reaktion auf Ausschreitungen.¹¹⁴ Als Antwort auf Plünderungen im Zuge der Demonstrationen erschoss beispielsweise das Sonderkommando BOPE in der Favela Maré zehn¹¹⁵ Menschen. Das ist keine Seltenheit, schließlich fordern Polizeieinsätze in Brasilien jedes Jahr 2.000¹¹⁶ Opfer. Der große Unterschied: während sich Polizeigewalt in der Vergangenheit hauptsächlich auf die Favelas beschränkte und die breite Öffentlichkeit nichts davon wissen wollen, spürte im Rahmen der Proteste erstmals auch die Mittelschicht, was es heißt, einer militanten und kriegesischen Polizei gegenüberzustehen.¹¹⁷ Da viele Polizisten während der Demonstrationen nicht zu identifizieren waren, weil sie sich entweder nicht auswiesen oder ihre Identifikationsschilder verdeckt waren, konnte ein Großteil von ihnen im Nachhinein nie zur Rechenschaft gezogen werden.¹¹⁸ Außerdem wurden bisher auch keine Informationen über den Stand angeblicher interner Ermittlungen nach Außen gegeben.¹¹⁹ Doch die Übergriffe waren nicht das einzige Problem. So seien laut *Amnesty International* viele Festnahmen ohne fundierte Beweise durchgeführt worden. Schon allein das Mitführen von Flaggen oder Essig (zur Neutralisierung der Effekte des Tränengas) habe ausgereicht, um Protestierende abführen und verhören zu können.¹²⁰ Auch eine geplante Gesetzesänderung, welche die Proteste in die Nähe terroristischer Akte stellen würde, und zusätzliche Initiativen wie Maskierungsverbot, 48-Stunden-Voranmeldung von Demonstrationen oder Verschärfung der Strafen bei Körper-/Sachverletzung erscheinen vor dem Hintergrund der freien Meinungsäußerung fragwürdig.¹²¹ Deswegen übergab *Amnesty International* der brasilianischen Regierung kurz vor Beginn der Fußball-WM mehrere zehntausend gelbe Karten. Die Politik solle dadurch aufgefordert werden, alles dafür zu tun, damit die Brasilianer ihr Recht auf friedvolle Proteste während der Weltmeisterschaft ausüben könnten.¹²²

Fazit: Gewalt ist ein Teil der brasilianischen Gesellschaft und findet immer wieder seinen Ausdruck im massiven Eingreifen der Polizisten. Wo die Polizei zu spät kommt, wird häufig auf Selbstjustiz zurückgegriffen.¹²³ Mit dem gestiegenen Medieninteresse im Zuge der sportlichen Großereignisse rückte die Polizeibrutalität ins Licht der Öffentlichkeit. Mit den Juni-Protesten wurde sie für viele Brasilianer am eigenen Leib erfahrbar. Dadurch ergab sich ein regelrechter Wendepunkt hinsichtlich der Wahrnehmung der Demonstrationsbewegung, wie in Kapitel 3.1.3 aufgezeigt wird.

¹¹⁴ Vgl. Fritsch/Spiller (30.05.2014) [Stand: 15.06.2014]

¹¹⁵ Vgl. Bartelt (2014b) [Stand: 15.06.2014]

¹¹⁶ Vgl. Fritsch/Spiller (30.05.2014) [Stand: 15.06.2014]

¹¹⁷ Vgl. Tauber, Lutz (2014): „Militärdiktatur ohne Ende“. In: Inkota-Netzwerk e.V. (Hg.) (2014): Brasilien vor der WM. Boomland in Schwierigkeiten. Südlink, 42. Jahrgang/März 2014/Heft 167, Berlin, S. 29-31, S. 31.

¹¹⁸ Vgl. Amnesty International (2014): S. 16

¹¹⁹ Vgl. Amnesty International (2014): S. 16

¹²⁰ Vgl. Amnesty International (2014): S. 12

¹²¹ Vgl. Bartelt (2014b) [Stand: 15.06.2014]

¹²² Vgl. Amnesty International (05.06.2014): Brazil: Dangerous brew of police abuses and impunity threatens to mar World Cup. URL: <http://www.amnesty.org/en/news/brazil-dangerous-brew-police-abuses-and-impunity-threatens-mar-world-cup-2014-06-05> [Stand: 15.06.2014]

¹²³ Vgl. Fritsch/Spiller (30.05.2014) [Stand: 15.06.2014]

Anlagen

Anlage 1: Eigene Befragung

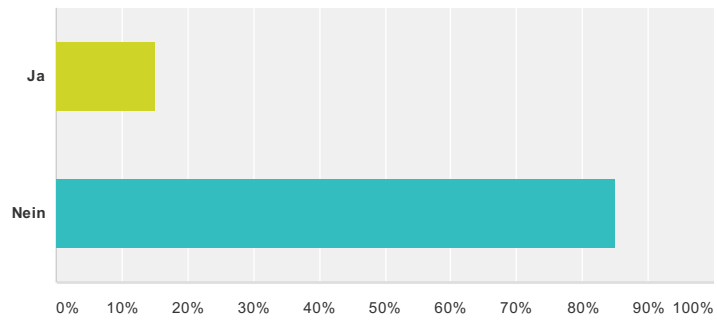
Im Folgenden findet sich die Auswertung der eigenen Erhebung. Sie verdeutlicht, wie die insgesamt 100 Teilnehmer die einzelnen Fragen beantwortet haben. Zu Beginn der Seite steht die jeweilige Frage, gefolgt von der Anzahl der Beantwortungen. Darunter folgt eine Grafik, welche die prozentuelle Verteilung der Antworten visuell aufbereitet. Im Anschluss werden sowohl die prozentualen als auch die absoluten Anteile aufgeführt.

Dabei können freilich nicht alle unterschiedlichen Kombinationsmöglichkeiten veranschaulicht werden. Bei weitergehendem Interesse hält der Autor den kompletten Datensatz der Umfrage für Rückfragen bereit. Der Kontakt kann über die Hochschule Mittweida hergestellt werden.

Imagebefragung: Rio de Janeiro

Q1 Ich war schon einmal in Rio de Janeiro.

Beantwortet: 100 Übersprungen: 0

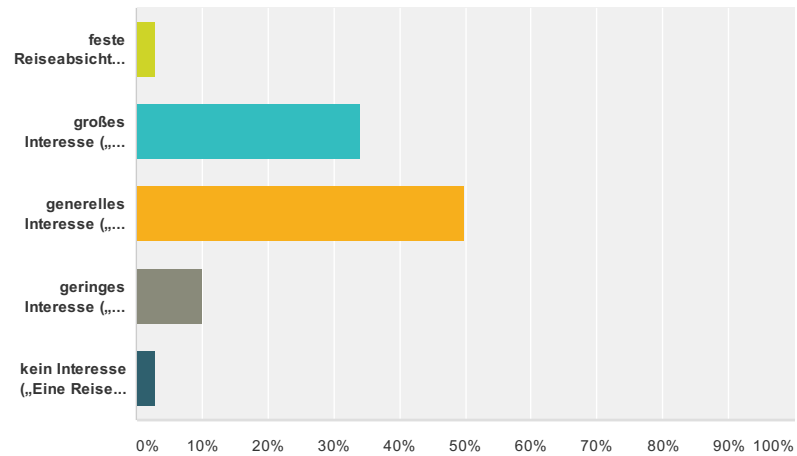


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
Ja	15,00%	15
Nein	85,00%	85
Gesamt		100

Imagebefragung: Rio de Janeiro

Q2 Ich hätte Interesse an einer (erneuten) Reise nach Rio de Janeiro.

Beantwortet: 100 Übersprungen: 0

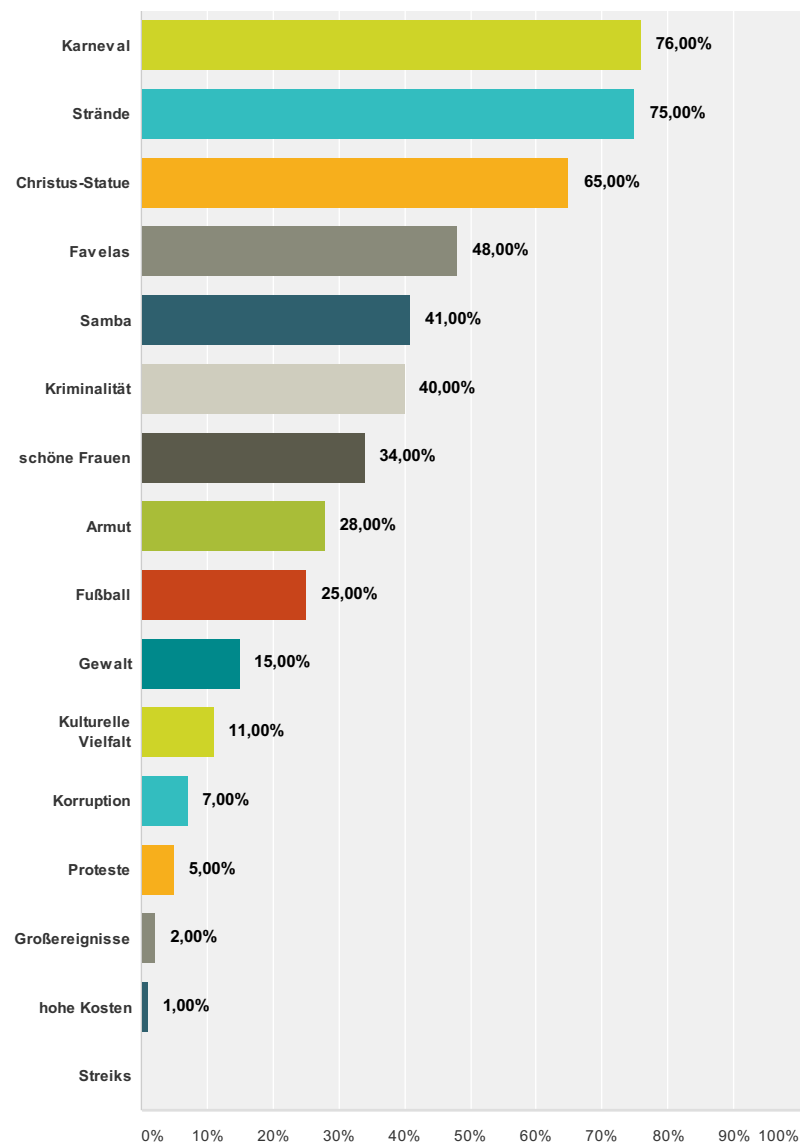


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
feste Reiseabsicht („Ich habe schon gebucht oder es fest vor“)	3,00%	3
großes Interesse („Ich würde sehr gerne hinfahren“)	34,00%	34
generelles Interesse („Ich fahre hin, wenn die Umstände passen“)	50,00%	50
geringes Interesse („Nur wenn es keine besseren Alternativen gibt, fahre ich hin“)	10,00%	10
kein Interesse („Eine Reise nach Rio interessiert mich nicht“)	3,00%	3
Gesamt		100

Imagebefragung: Rio de Janeiro

Q3 Mit Rio de Janeiro verknüpfe ich am ehesten folgende Eigenschaften (max. 5 Antworten):

Beantwortet: 100 Übersprungen: 0



Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen
Karneval	76,00% 76
Strände	75,00% 75

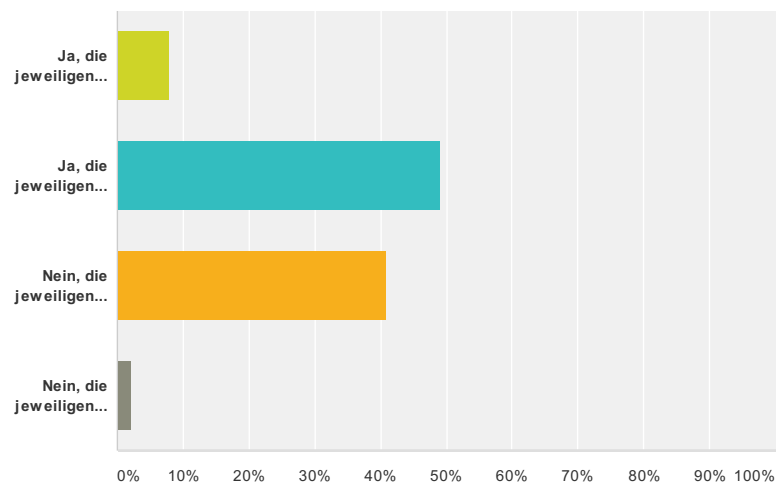
Imagebefragung: Rio de Janeiro

Christus-Statue	65,00%	65
Favelas	48,00%	48
Samba	41,00%	41
Kriminalität	40,00%	40
schöne Frauen	34,00%	34
Armut	28,00%	28
Fußball	25,00%	25
Gewalt	15,00%	15
Kulturelle Vielfalt	11,00%	11
Korruption	7,00%	7
Proteste	5,00%	5
Großereignisse	2,00%	2
hohe Kosten	1,00%	1
Streiks	0,00%	0
Befragte gesamt: 100		

Imagebefragung: Rio de Janeiro

Q4 Die Eigenschaften, die ich mit Rio verknüpfe, verknüpfe ich auch mit ganz Brasilien.

Beantwortet: 100 Übersprungen: 0

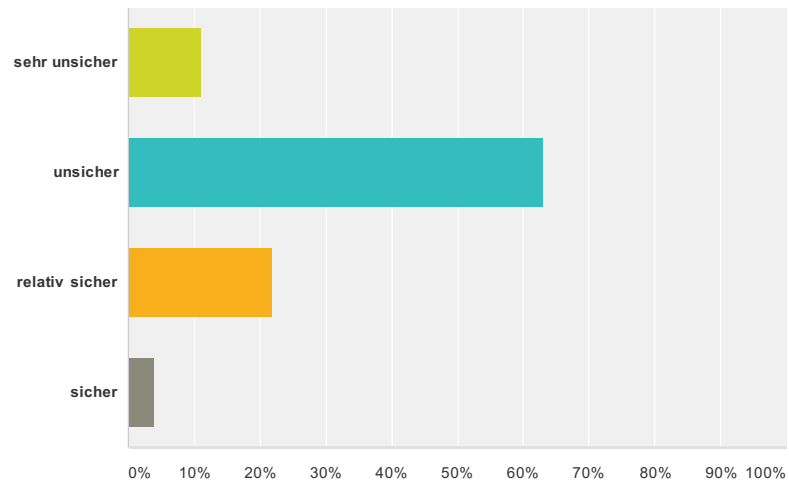


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
Ja, die jeweiligen Eigenschaften stimmen komplett überein.	8,00%	8
Ja, die jeweiligen Eigenschaften stimmen zum Großteil überein.	49,00%	49
Nein, die jeweiligen Eigenschaften stimmen nur teilweise überein.	41,00%	41
Nein, die jeweiligen Eigenschaften stimmen gar nicht überein.	2,00%	2
Gesamt		100

Imagebefragung: Rio de Janeiro

**Q5 Die Sicherheitslage in Rio de Janeiro ist
in meinen Augen ...**

Beantwortet: 100 Übersprungen: 0

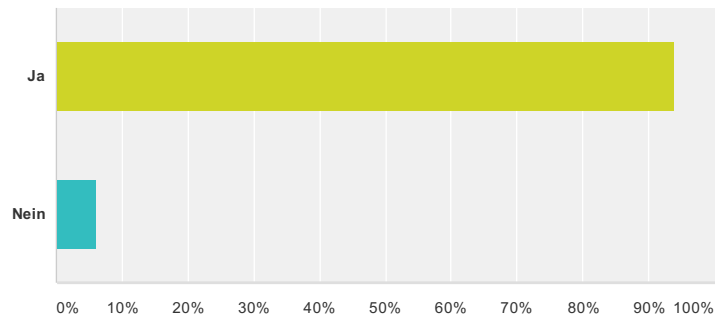


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
sehr unsicher	11,00%	11
unsicher	63,00%	63
relativ sicher	22,00%	22
sicher	4,00%	4
Gesamt		100

Imagebefragung: Rio de Janeiro

Q6 Im Vorfeld der Fußball-WM habe ich von Protesten in Brasilien gehört.

Beantwortet: 100 Übersprungen: 0

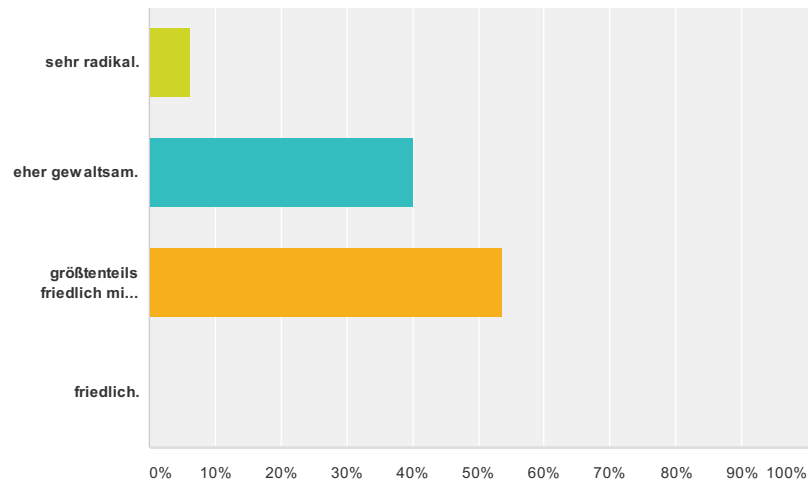


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
Ja	94,00%	94
Nein	6,00%	6
Gesamt		100

Imagebefragung: Rio de Janeiro

Q7 Die Proteste sind in meinen Augen ...

Beantwortet: 95 Übersprungen: 5

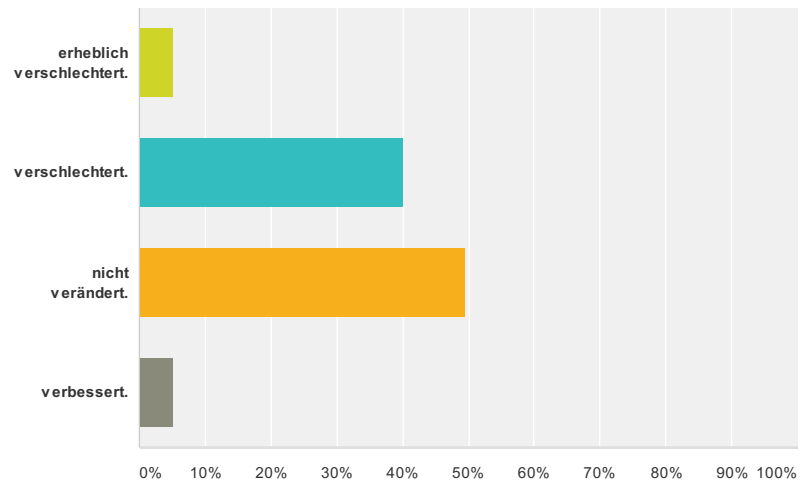


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
sehr radikal.	6,32%	6
eher gewaltsam.	40,00%	38
größtenteils friedlich mit einzelnen gewalttätigen Ausschreitungen.	53,68%	51
friedlich.	0,00%	0
Gesamt		95

Imagebefragung: Rio de Janeiro

Q8 Durch die Proteste hat sich die Sicherheitslage in Rio de Janeiro ...

Beantwortet: 95 Übersprungen: 5

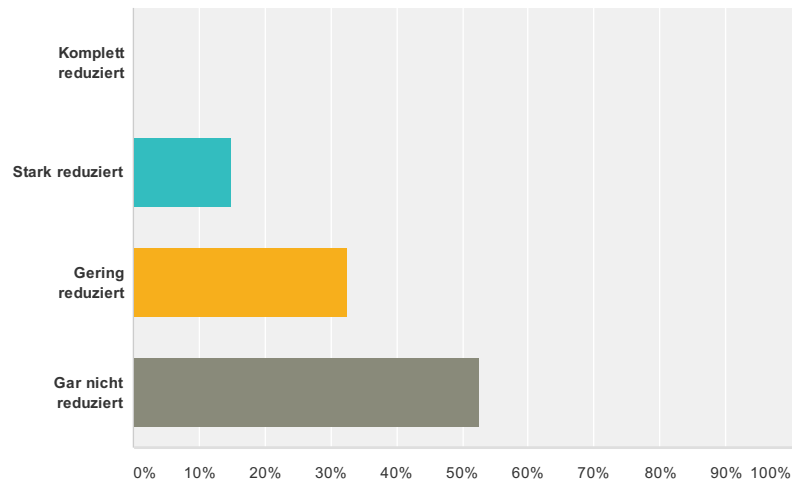


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
erheblich verschlechtert.	5,26%	5
verschlechtert.	40,00%	38
nicht verändert.	49,47%	47
verbessert.	5,26%	5
Gesamt		95

Imagebefragung: Rio de Janeiro

Q9 Die Proteste haben mein Interesse an einer Reise nach Rio reduziert.

Beantwortet: 95 Übersprungen: 5

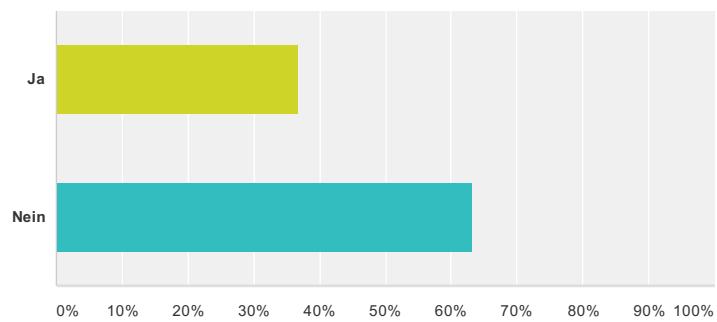


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
Komplett reduziert	0,00%	0
Stark reduziert	14,74%	14
Gering reduziert	32,63%	31
Gar nicht reduziert	52,63%	50
Gesamt		95

Imagebefragung: Rio de Janeiro

Q10 Ich glaube, die Proteste führen dazu, dass insgesamt weniger Touristen nach Rio kommen werden.

Beantwortet: 95 Übersprungen: 5



Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
Ja	36,84%	35
Nein	63,16%	60
Gesamt		95

Anlage 2: Übersetzungen der Zitate

Im Folgenden werden die fremdsprachigen Textstellen aufgelistet, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit verwendet wurden. Neben den bibliographischen Angaben finden sich der Titel der Quelle auf Deutsch sowie die Übersetzung der entsprechenden Aussagen. Dabei wird zwischen portugiesischen und spanischen Quellen unterschieden. Englischsprachige Quellen sind nicht Teil dieser Anlage.

Portugiesisch

Bignami, Rosana (2002): A imagem do Brasil no Turismo. 2., São Paulo

Titel: Das Image Brasiliens im Tourismus

Fundação Getulio Vargas Diretoria de Análise de Políticas Públicas (2014): A polícia e os "black blocs". A percepção dos policiais sobre junho de 2013. Versão Preliminar, Rio de Janeiro
Titel: Die Polizei und die Mitglieder des „Black Blocs“. Die Wahrnehmung der Polizisten vom Juni 2013.

S. 16: „Die Demonstrationen sind in der Form, in welcher sie stattfanden, ein neues Phänomen. Die Untersuchung hat gezeigt, dass der Staat dabei keine adäquate Unterstützung für die Polizisten bereitstellte. Dies führte dazu, dass sie nicht wussten, wie sie auf die Proteste reagieren sollten. Unter den befragten Polizisten herrscht die Meinung vor, sie hätten keine Einführung und kein geeignetes Training erhalten, um mit den Protesten zurechtzukommen und dem Black Bloc entgegenzutreten. Dies belegen 64 Prozent der Antworten [...]“

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2013): Produto Interno Bruto dos Municípios 2011. Contas Nacionais, número 41, Rio de Janeiro

Titel: Bruttoinlandsprodukt der Bundesstaaten 2011. Nationale Konten.

S. 65: „Platzierung unter den hundert größten städtischen Gemeinden, gemessen am Bruttoinlandsprodukt zu Marktpreisen, mit relativen und akkumulierten prozentuellen Anteilen am Gesamtbruttoinlandsprodukt (nach Angaben der städtischen Gemeinden und der entsprechenden Verwaltungseinheiten)“

Ministério do Turismo (2013): Anuário Estatístico de Turismo - 2013. Volume 40, Ano base 2012, Brasília

Titel: Statistischer Jahresbericht des Tourismus - 2013.

S. 139: „Incoming-Tourismus. [...] Zusammenfassung Brasilien. [...] Ankünfte von Touristen nach Brasilien, geordnet nach Herkunftsländern - 2008-2012. Wichtigste Herkunftsländer. Ankünfte der Touristen. Gesamtanzahl. Prozentueller Anteil. Position.“

Ministério do Turismo (August 2013): Estudo da demanda turística internacional 2006-2012. Brasília

Titel: Studie der internationalen touristischen Nachfrage 2006-2012.

S. 4: „Profil der internationalen touristischen Nachfrage - Zusammenfassung Brasilien - 2006-2012.“

S. 6: „Profil der internationalen touristischen Nachfrage - Wichtigste Quellmärkte: Deutschland - 2006-2012.“

Wichtiges Vokabular:

Característica da viagem: Merkmale der Reise

Motivo da viagem: Motiv der Reise (Lazer: Urlaub; Negócios, eventos e convenções: Geschäfte, Events und Messen; Outros motivos: Andere Motive)

Motivo da viagem a lazer: Motiv der Urlaubsreise (Sol e praia: Sonne und Strand; Natureza, ecoturismo ou aventura: Natur, Ökotourismus oder Abenteuer; Cultura: Kultur; Esportes: Sport; Diversão noturna: Nightlife; Viagem de incentivo: Incentivereise; Outros: Andere)

Tipo de alojamento utilizado: Art der verwendeten Unterkunft (Hotel ou pousada: Hotel oder Pension; Casa de amigos e parentes: Haus von Freunden und Verwandten; Casa alugada: Gemietetes Haus; Camping ou albergue: Campingplatz oder Herberge; Casa própria: Eigenes Haus; Resort: Resort; Outros: Andere)

Composição do grupo turístico: Zusammensetzung der touristischen Gruppe (Sozinho: Allein; Família: Familie; Casal sem filhos: Paar ohne Kinder; Amigos: Freunde; Outros: Andere)

Gasto médio per capita dia no Brasil: Durchschnittliche Ausgaben pro Kopf und Tag in Brasilien (Lazer: Urlaub; Negócios, eventos e convenções: Geschäfte, Events und Messen; Outros motivos: Andere Motive, Total: Gesamt)

Permanência média no Brasil (dias): Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Brasilien (Tage) (Lazer: Urlaub; Negócios, eventos e convenções: Geschäfte, Events und Messen; Outros motivos: Andere Motive, Total: Gesamt)

Destinos mais visitados: Am meisten besuchte Destinationen

Lazer: Urlaub

Negócios, eventos e convenções: Geschäfte, Events und Messen

Outros motivos: Andere Motive

Organização da viagem: Organisation der Reise

Fonte de informação: Informationsquelle (Internet: Internet; Amigos e parentes: Freunde und Verwandte; Viagem corporativa: Geschäftsreise; Reiseveranstalter/-büro; Guias turísticos impressos: Gedruckte Reiseführer; Feiras, eventos e congressos: Messen, Events und Kongresse; Folders e brochuras: Ordner und Broschüren; Outros: Andere)

Utilização de agência de viagem: Inanspruchnahme eines Reiseveranstalters/-büros (Pacote: Pauschalreise; Serviços avulsos: Einzelleistungen; Não utilizou: Nicht in Anspruch genommen)

Fidelização ao destino: Destinationstreue

Frequência de visita ao Brasil: Häufigkeit der Brasilienreisen (Primeira vez: Erstes Mal; Outras vezes: Mehrere Male)

Intenção de retorno ao Brasil: Absicht auf erneute Reise nach Brasilien (Sim: Ja; Não: Nein)

Perfil socioeconômico: Sozioökonomisches Profil

Gênero: Geschlecht (Masculino: Männlich; Feminino: Weiblich)

Grupo de idade (anos): Altersgruppe (Jahre)

Grau de instrução: Bildungsniveau (Sem educação formal: Ohne Bildungsabschluss; Fundamental: Fundamentale Schulbildung; Médio: Mittlere Schulbildung; Superior: Höhere Schulbildung; Pos-graduação: Akademischer Abschluss)

Renda média mensal: Monatliches Durchschnittseinkommen (Familiar: Familiär; Individual: Individuell)

Grau de satisfação em relação à viagem: Grad der Zufriedenheit im Bezug auf die Reise

Nível de satisfação com a viagem: Stufe der Zufriedenheit mit der Reise (Superou: Übertroffen; Atendeu plenamente: Komplette erfüllt; Atendeu em parte: Teilweise erfüllt; Decepcionou: Enttäuscht)

Avaliação positiva da viagem: Positive Bewertung der Reise

Infraestrutura: Infrastruktur (Limpeza pública: Öffentliche Sauberkeit; Segurança pública: Öffentliche Sicherheit; Serviço de taxi: Taxidienstleistungen; Transporte público: Öffentliches Verkehrssystem; Telecomunicações: Telekommunikation; Sinalização turística: Touristische Ausschilderung)

Infraestrutura turística: Touristische Infrastruktur (Aeroporto: Flughafen; Rodovia: Autobahn; Restaurante: Restaurants; Alojamento: Unterkunft; Diversão noturna: Nightlife)

Serviços turísticos: Touristische Dienstleistungen (Guias de turismo: Touristenführer; Informação turística: Touristische Informationen; Hospitalidade: Gastfreundschaft; Gastronomia: Gastronomie; Preços: Preise)

ABIH-RJ/FECOMÉRCIO-RJ (2013): Anuário Estatístico da Taxa de Ocupação Hoteleira da Cidade do Rio de Janeiro.

URL: <http://www.riodejaneirohotel.com.br/site/download.php?f=2014,02,26-3097f.pdf> [Stand: 01.06.2014]

Titel: Statistischer Jahresbericht über die Hotelauslastung der Stadt Rio de Janeiro.

S. 2: „Eine Analyse der vergangenen 14 Jahre ergab für das Jahr 2013 eine durchschnittliche Auslastung von 71,86 Prozent und damit die geringste Quote der letzten vier Jahre, wie in Tabelle 01 ersichtlich wird.“

S. 2: „Tabelle 03. Auslastung der Hotels im Jahr 2013 nach Art der Unterkunft.“

S. 6: „An diese Stelle sei erwähnt, dass das Hauptmotiv der Rioreisenden in den Monaten der Hochsaison Januar, Februar und Dezember Urlaubsreisen sind, wohingegen in den restlichen Monaten Geschäftsreisen überwiegen.“

Anonymous Brasil: Quem somos.

URL: <http://www.anonymousbrasil.com/sobre-anonymous/> [Stand: 12.06.2014]

Titel: Wer wir sind.

„Wir sind eine Idee. Eine Idee, die weder unterdrückt, noch verfolgt oder eingesperrt werden kann. [...] Anonymous ist eine Idee des Wandels, das Verlangen nach Erneuerung. Wir sind die Idee von einer Welt, in der es keine Korruption gibt, wo freie Meinungsäußerung nicht nur ein leeres Versprechen ist und wo die Menschen nicht im Kampf für ihre Rechte sterben müssen.“

Barsetti, Sílvio (23.05.2014): Valcke diz que legado da Copa do Mundo vai aparecer só em 2017.

URL: <http://esportes.estadao.com.br/noticias/geral,valcke-diz-que-legado-da-copa-do-mundo-vai-aparecer-so-em-2017,1170637> [Stand: 14.06.2014]

Titel: Valcke sagt, dass das Erbe der Fußball-Weltmeisterschaft frühestens 2017 spürbar werde.

„Das Erbe ist nichts, was sich konkret am 13. Juli (Tag des Finales der WM) niederschlagen wird. Es wird frühestens 2017 oder 2018 zu spüren sein, und zwar dann, wenn die Menschen sehen werden, wo Brasilien steht bezüglich städtischer Mobilität, Hotels, Flughäfen, Kommunikationssysteme“, bekräftigte Valcke [...].“

Carvalho, Luciana (2014): Os destinos brasileiros mais visitados pelos estrangeiros.

URL: <http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/noticias/os-destinos-brasileiros-mais-visitados-pelos-estrangeiros> [Stand: 01.06.2014]

Titel: Die am häufigsten von Ausländern besuchten Destinationen Brasiliens.

„Brasilianische Städte, die am meisten von ausländischen Besuchern aufgesucht werden. Position. Stadt. Bundesland.“

Costa, Camilla (21.08.2013): Embratur pede que Fifa e hotéis diminuam preços para Copa.

URL:

http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/08/130820_embratur_copa_precos_cc.shtml [Stand: 24.06.2014]

Titel: Embratur bittet FIFA und Hotels um Reduzierung der Preise während der WM.

„Die Embratur hat die FIFA und die Repräsentanten der brasilianischen Hotellerie gebeten, über eine Reduzierung der Übernachtungspreise im Zeitraum der Fußball-Weltmeisterschaft 2014 nachzuverhandeln, nachdem bei einer Untersuchung Preisänderungen von bis zu 500 Prozent für das kommende Jahr festgestellt worden waren. [...] „Selbstverständlich bedeuten Zeiträume einer erhöhten Nachfrage einen Anstieg der Preise, jedoch muss hinterfragt werden, bis zu welchem Level das praktiziert werden kann. Schließlich darf man das sogenannte Gesetz von „Angebot und Nachfrage“ [...] nicht ins Absurde führen [...].“ Nach eigenen Aussagen fürchtet die Embratur, dass die Höhe der Zimmerpreise der Hotels das Image Brasiliens bei den Touristen beschädigen könnte. [...] Außerdem wurde das schweizerische Unternehmen Match [...] gebeten, seine Mark-Up-Raten zu reduzieren. Damit ist der Wert gemeint, der auf den ursprünglichen, sich aus den Kosten zur Herstellung des Produkts ergebenden Preis aufgeschlagen wird. [...] „Wir heben hervor, dass wir prozentuelle Aufschläge von bis zu 40 Prozent von dem mit dem Hotel vereinbarten Betrag festgestellt haben, was entscheidend zum Anstieg des ohnehin hohen Preisniveaus der Hotels beigetragen hat“, so die Embratur.“

Costa, Célia/Ouchana, Giselle/D'Ercole, Ronaldo/Schmidt, Selma/Mendes, Taís (08.05.2014): Depredação de 467 ônibus durante greve gera prejuízo de R\$ 2 milhões.

URL: <http://oglobo.globo.com/rio/depredacao-de-467-onibus-durante-greve-gera-prejuizo-de-2-milhoes-12417531> [Stand: 17.06.2014]

Titel: Zerstörung von 467 Bussen während Streik verursacht Schaden von zwei Millionen Reais.

„Nach Angaben von Rio Ônibus, der Gewerkschaft, welche die Eigentümer der Busunternehmen repräsentiert, die insgesamt 40.000 Personen beschäftigen, wurden bis 18:00 Uhr 467 Fahrzeuge [...] attackiert und beschädigt. Der Schaden beläuft sich auf ungefähr zwei Millionen Reais, so die Vereinigung.“

Datafolha (03.06.2014-05.06.2014): Copa do Mundo.

URL: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/06/10/copa-do-mundo-versao-para-o-site.pdf>
[Stand: 17.06.2014]

Titel: Fußball-Weltmeisterschaft.

S. 2: „Die Datafolha-Umfrage zeigt, dass eine Woche vor der Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien die Zustimmungsraten über die Durchführung der Veranstaltung aufgehört haben zu fallen und sich mit Hinblick auf die vorangegangene Erhebung auf einem stabilen Niveau eingependelt haben. Die Hälfte der Befragten [...] (51 Prozent) steht der Durchführung der WM wohlwollend gegenüber. Die Zahlen bewegen sich damit im selben Bereich wie im Februar (52 Prozent) und April (48 Prozent) diesen Jahres. Allerdings liegen sie um ein Gutes niedriger als im November 2008 (79 Prozent) und im Juni 2013 (65 Prozent).“

Datafolha (19.02.2014/20.02.2014): Opinião sobre protestos e Copa do Mundo.

URL: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/02/24/opiniao-sobre-protestos-e-copa-do-mundo.pdf> [Stand: 17.06.2014]

Titel: Meinung über die Proteste und die Fußball-Weltmeisterschaft.

S. 2: „Die Datafolha-Umfrage zeigt zudem, dass die Zustimmung zu den Demonstrationen, welche seit Juni vergangenen Jahres in mehreren großen Städten Brasiliens stattfinden, die geringste ist, die bisher gemessen worden ist. Im Juni letzten Jahres lag der Wert bei 81 Prozent, verringerte sich auf 77 Prozent im August und landet jetzt bei 52 Prozent. Der Anteil der Demonstrationsgegner lag im Juni bei 15 Prozent, stieg dann auf 18 Prozent im August an und erreicht aktuell 42 Prozent.“

Datafolha (13.02.2014/14.02.2014): Protestos no Rio de Janeiro.

URL: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/02/17/protestos-no-rio-de-janeiro.pdf> [Stand: 17.06.2014]

Titel: Proteste in Rio de Janeiro.

S. 2: „Datafolha befragte die Einwohner Rios auch nach der Taktik, wie sie zum Beispiel vom Black Bloc praktiziert wird, Bankfilialen, Geschäfte und öffentliche Gebäude zu zerstören. Nur vier Prozent sagten, sie würden diese Form von Protesten unterstützen. [...] Das Mitführen von z.B. Hämmern im Rahmen solcher Veranstaltungen wird von 100 Prozent der Befragten verurteilt, ähnlich wie [...] das von Feuerwerkskörpern (98 Prozent). Außerdem sprechen sich 93 Prozent dafür aus, dass die Protestteilnehmer ihre Gesichter nicht verdecken sollten [...]“

S. 19: „Meinung über die Art und Weise der Proteste des Black Blocs. [...] Wird unterstützt: 4 Prozent (Rio de Janeiro). Wird nicht unterstützt: 95 Prozent (Rio de Janeiro). Keine Meinung: 1 Prozent (Rio de Janeiro).“

Datafolha (20.05.2014): Termômetro Paulistano - Protestos e Copa do Mundo.

URL: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2014/05/23/copa-e-protestos-site.pdf> [Stand: 17.06.2014]

Titel: Thermometer der Stadt São Paulo - Proteste und Fußball-Weltmeisterschaft.

S. 3: „Die Mehrheit sagt dieses Mal, dass die Proteste mehr Schäden als Gewinne verursachen würden, sowohl auf sie selbst bezogen (69 Prozent) als auch auf die Allgemeinheit der Bürger São Paulos (73 Prozent).“

EFE (11.10.2013): Embratur afirma que protestos não afetam fluxo de turistas em direção ao país.

URL: <http://www.efe.com/efe/noticias/brasil/brasil/embratur-afirma-que-protestos-afetam-fluxo-turistas-dire-pais/3/16/2148882> [Stand: 20.06.2014]

Titel: Embratur bekräftigt, dass die Proteste keinen Einfluss hätten auf die Touristenströme ins Land.

„Die Proteste, welche in vielen brasilianischen Städten stattfinden, hätten keinen Einfluss gehabt auf das Image Brasiliens im Ausland und die Touristenströme, wie das Brasilianische Fremdenverkehrsamt (Embratur) diesen Montag erklärte. [...] Der Präsident der Einrichtung, Flávio Dino, verdeutlichte, dass die Embratur alles dafür tue, damit Ausländer keinen schlechten Eindruck des Landes hätten und mit ruhigem Gewissen nach Brasilien reisen könnten, vor allem während der Austragung der Fußball-Weltmeisterschaft 2014.“

Exame (01.11.2013): Procon acusa aéreas de praticar preços abusivos para Copa.

URL: <http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/procon-acusa-aereas-de-praticar-precos-abusivos-para-copa> [Stand: 24.06.2014]

Titel: Procon klagt Airlines wegen missbräuchlicher Preisgestaltung während der WM an.

„Procon, Organisation zum Schutz der Verbraucher in Rio de Janeiro, [...] klagte fünf Fluggesellschaften und die Nationale Agentur für zivile Luftfahrt (Anac) an, weil sie bei den Flugtickets, die sie für den Zeitraum der Fußball-Weltmeisterschaft 2014 verkauft hatten, eine „missbräuchliche Preisgestaltung“ angewandt hätten. Von der Anklage betroffen seien die Airlines TAM, GOL, Azul, Oceanair und Avianca, welche zusammen fast für den kompletten zivilen Luftverkehr Brasiliens verantwortlich seien, wie es in der Veröffentlichung der Procon heißt.“

Folha de São Paulo (14.06.2013): Manifestação em SP é reprimida com violência pela polícia; veja.

URL: <http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/2013/06/1295010-manifestacao-em-sp-e-reprimida-com-violencia-pela-policia-veja.shtml> [Stand: 15.06.2014]

Titel: Demonstration in São Paulo wird durch Polizeigewalt niedergeschlagen; sehen Sie.

„Die Militärpolizei schlug am Donnerstag (13.06.) die vierte Protestaktion gegen die Fahrpreiserhöhungen im öffentlichen Verkehr in São Paulo mit Gewalt nieder. Dabei verletzte sie Reporter und Personen, die nicht an der Demonstration beteiligt waren, wie auf dem Video unten zu sehen ist. [...] Bei dem gestrigen Protest wurden sieben Journalisten der Zeitung Folha verletzt. Zwei von ihnen wurden von Gummigeschossen im Bereich der Augen getroffen. [...] Folha lehnt jegliche Form von Gewalt ab und kritisiert das fehlende Urteilsvermögen der Militärpolizei während des Protests auf das Schärfste.“

Folha de São Paulo (07.05.2014): Após 6 meses, professores municipais e estaduais retomam greve no Rio.

URL: <http://www1.folha.uol.com.br/educacao/2014/05/1450987-apos-6-meses-professores-municipais-e-estaduais-retomam-greve-no-rio.shtml> [Stand: 17.06.2014]

Titel: Nach sechs Monaten nehmen Lehrer der Stadt und des Landes Streik wieder auf.

„2013 hatten Angestellte der Schulen von Stadt und Bundesland Rio de Janeiro ihre Aktivitäten für 78 Tage ausgesetzt. Damals war der Streik erst beigelegt worden, als der Minister des

Obersten Gerichtshofs STF Luiz Fux als Schlichter [...] aufgetreten war. Den Lehrern zufolge wurde ein Teil dieser [...] Abmachung nicht eingehalten, was die jetzige Entscheidung [...] notwendig gemacht habe. Unter den Forderungen ist die Vereinheitlichung der Karriereplanung, Anpassung der Löhne um 20 Prozentpunkte, Direktwahlen der Schulrektoren sowie die Umsetzung der Vereinbarungen aus dem letzten Jahr.“

Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro (CEPERJ) (2013): Projeto Contas Regionais do Brasil. Produto Interno Bruto - PIB do Estado do Rio de Janeiro - 2011.

URL:

<http://www.ceperj.rj.gov.br/ceep/pib/PIB%20do%20Estado%20do%20Rio%20de%20Janeiro%202011.doc> [Stand: 30.05.2014]

Titel: Projekt Regionale Konten Brasiliens. Bruttoinlandsprodukt - BIP des Bundesstaats Rio de Janeiro - 2011.

S. 4: „Bruttoinlandsprodukt. Bruttoinlandsprodukt pro Kopf. Einwohnerzahl. Verhältnis BIP Rio de Janeiro / BIP Brasilien.“

S. 3: „Der Dienstleistungssektor, verantwortlich für 69,2 Prozent der Bruttowertschöpfung, stieg im letzten Jahr um 3,1 Prozentpunkte an.“

Governo do Rio de Janeiro (2014): Carnaval fluminense movimentará US\$ 950 milhões.

URL: <http://www.rj.gov.br/web/imprensa/exibeconteudo?article-id=1969109> [Stand: 29.05.2014]

Titel: Während des Karnevals im Bundesstaat Rio de Janeiro werden 950 Millionen US Dollar umgesetzt werden.

„Der Karneval, das wichtigste Fest im Kalender des Bundesstaats Rio de Janeiro, soll nach Angaben Rioturs und des Amts für Wirtschaftsentwicklung des Landes Rio de Janeiro 950 Millionen US Dollar umsetzen. [...] Laut Riotur werden 920.000 Touristen zu den Feierlichkeiten erwartet.“

G1 Rio Grande do Sul (27.03.2014): Protesto por aumento da passagem de Porto Alegre termina em tumulto.

URL: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2013/03/grupo-faz-novo-ato-contr-aumento-da-passagem-em-porto-alegre.html> [Stand: 15.06.2014]

Titel: Protest wegen Erhöhung der Fahrpreise in Porto Alegre endet in Tumult.

„Ein neuer Protest gegen die Erhöhung der Bustarife in Porto Alegre endete [...] Mittwochs (27.03.) in Tumult und Zerstörung. Demonstranten versuchten das Rathaus zu stürmen, wurden allerdings von Polizei und Ordnungskräften der Stadt daran gehindert. [...] Die in den sozialen Netzwerken organisierte Demonstration war bereits erwartet worden und folgte auf eine Reihe vorangegangener Aktionen.“

IBGE: Rio de Janeiro.

URL: <http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?lang=&codmun=330455&search=rio-de-janeiro|rio-de-janeiro|infograficos:-dados-gerais-do-municipio> [Stand: 28.05.2014]

Titel: Rio de Janeiro

„Allgemeine Daten. Bevölkerung: 6.320.446 Einwohner“

Inteligência e Pesquisa de Mercado Abril (2013): „O que pensam as ruas“. In: Veja (26.06.2013): Os sete dias que mudaram o Brasil. 2327

Titel: „Was denkt die Straße“ In: Die sieben Tage, die Brasilien veränderten.

Intervozes: Quem Somos.

URL: <http://intervozes.org.br/quem-somos/> [Stand: 25.06.2014]

Titel: Wer wir sind.

„Intervozes [...] ist eine Organisation, die sich dafür einsetzt, dass die Menschenrechte in den brasilianischen Kommunikationsmedien eingehalten werden.“

Kanno, Mario (2014): O mundial e as despesas do governo.

URL: <http://www1.folha.uol.com.br/infograficos/2014/05/82605-o-mundial-e-as-despesas-do-governo.shtml> [Stand: 14.06.2014]

Titel: Die Weltmeisterschaft und die Ausgaben der Regierung.

„Gesamtausgaben der WM: 25,8 Milliarden Reais. Jährliche öffentliche Ausgaben für Bildung: 280 Milliarden Reais. Ausgaben der WM entsprechen ungefähr einem Monat der Ausgaben des Staats für Bildung“

Leite, Liana (26.09.2013): Professores invadem Câmara de Vereadores do Rio.

URL: <http://www.estadao.com.br/noticias/geral,professores-invadem-camara-de-vereadores-do-rio,1079123> [Stand: 17.06.2014]

Titel: Lehrer dringen in die Kammer des Stadtrats ein.

„Etwa 50 Lehrer drangen an diesem Donnerstag (26.09.) gegen 14:30 Uhr in die Hauptversammlung des Stadtrats ein, um gegen den Ämter- und Gehälterplan zu protestieren, über den das Haus abstimmen sollte.“

Lepiani, Giancarlo (12.05.2014): A 1 mês da Copa, seleção pode ganhar, mas Brasil perdeu.

URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/a-1-mes-da-copa-selecao-pode-ganhar-mas-brasil-perdeu> [Stand: 14.06.2014]

Titel: Einen Monat vor der WM: die Nationalmannschaft kann zwar gewinnen, Brasilien selbst hat aber schon verloren.

„Die FIFA wäre mit nur acht Stadien zufrieden gewesen, einer ausreichenden Anzahl für das Event. [...] Um die Anzahl der beteiligten Städte zu erhöhen – und um den Wünschen möglichst vieler Gouverneure und Bürgermeister zu entsprechen – wurde die Anzahl auf zwölf Arenen erhöht.“

Lepiani, Giancarlo (23.02.2013): Para 9 entre 10 torcedores, Copa deixará imagem negativa.

URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/para-9-entre-10-torcedores-copa-deixara-imagem-negativa> [Stand: 17.06.2014]

Titel: Für neun von zehn Fans wird die WM ein negatives Bild hinterlassen.

„Die Einstellung der Befragten über die Organisation der Fußball-Weltmeisterschaft verschlechterte sich in all den Fragen, die bereits in der vorausgegangenen Erhebung gestellt worden waren.“

2011 sagten 79 Prozent, Brasilien werde ein negatives Bild durch die WM abgeben. Heute glauben neun von zehn an ein insgesamt schlechtes Ergebnis für das Land.“

Marques, Fabrício (04.03.2014): A 100 dias da Copa, só 18% das obras de infraestrutura foram entregues.

URL: [bhttp://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2014/03/100-dias-da-copa-so-18-das-obras-de-infraestrutura-foram-entregues.html](http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2014/03/100-dias-da-copa-so-18-das-obras-de-infraestrutura-foram-entregues.html) [Stand: 14.06.2014]

Titel: 100 Tage vor der WM sind nur 18 Prozent der Infrastrukturprojekte übergeben worden.

„Von den insgesamt 81 Infrastrukturprojekten [...] sind nur 15 abgeschlossen. Elf bei den Flughäfen, drei im Bereich Mobilität und ein Hafen. [...] Eine weitere alarmierende Tatsache besteht darin, dass [...] der Großteil der Projekte einen Anstieg der Kosten verzeichnet: 36 Bauprojekte wurden teurer, vier verblieben auf dem gleichen Niveau und nur 13 wurden günstiger.“

Mattos, Rodrigo/Segalla, Vinícius (10.06.2014): A dois dias da Copa, veja quais são as maiores ameaças ao sucesso do evento.

URL: <http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/06/10/a-dois-dias-da-copa-veja-quais-sao-as-maiores-ameacas-ao-sucesso-da-copa.htm> [Stand: 17.06.2014]

Titel: Sehen Sie, worin zwei Tage vor der WM die größten Bedrohungen für den Erfolg des Events bestehen.

„Montag vor einer Woche entschieden sich die U-Bahnmitarbeiter [...] São Paulos, ihren Streik auszusetzen, den sie am 5. gestartet hatten und welcher die Stadt in ein wahres Verkehrschaos gestürzt hatte. Allerdings gibt es keine Garantie dafür, dass er nicht wieder neu aufgenommen werde. [...] Nicht nur in São Paulo stellen Bewegungen für bessere Gehälter die öffentlichen Behörden kurz vor WM-Beginn vor Herausforderungen. So lebt auch Rio de Janeiro [...] mit der Angst vor der Lahmlegung seines Metrosystems. Am letzten Montag beschlossen die U-Bahnangestellten Rios in einer Versammlung, in Streik treten zu wollen. [...] In Recife kündigte die Gewerkschaft der Krankenpfleger am vergangenen Montag an, ihre Tätigkeiten für 48 Stunden während der Fußball-Weltmeisterschaft ruhen zu lassen. [...] Auch in Rio Grande do Sul sieht sich die Regierung in Porto Alegre einem bereits seit einer Woche andauerndem Streik [...] gegenüber. Im Bildungssektor sind mehr als 70 Prozent der Schulen geschlossen oder funktionieren nur teilweise. Im Bereich Gesundheit wurde der Umfang auf grundlegende Leistungen reduziert, allerdings fuhr kein Krankenhaus seine Aktivitäten komplett auf null. [...] In Cuiabá nahm der Gouverneur [...] Silval Barbosa am letzten Montag an einem mehr als siebenstündigen Treffen mit Vertretern der Militärpolizei [...] Teil, welche damit gedroht hatte, während der WM in Streik zu treten, obwohl das Gesetz derlei Aktionen eigentlich verbietet. [...] In Manaus dagegen sind es die Zivilpolizisten, die unzufrieden sind und mit Streiks während der WM drohen. [...] Moacir Maia, Präsident der Arbeitergewerkschaft der Zivilpolizei des Bundesstaats Amazonas, bekräftigte dass die Vereinigung ihre Arbeit am kommenden Montag niederlegen, aber aus rechtlichen Gründen zumindest 30 Prozent ihres Arbeitspensums ausführen werde.“

Ministério do Turismo (05.06.2014): Copa deve elevar turismo brasileiro a outro patamar.

URL: http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140605_5.html [Stand: 20.06.2014]

Titel: WM soll den brasilianischen Tourismus auf eine neue Stufe heben.

„Es werden [...] etwa 600.000 ausländische Touristen während der Fußball-Weltmeisterschaft erwartet. 62 Prozent von ihnen werden zum ersten Mal in Brasilien sein.“

Ministério do Turismo (12.06.2014): Turismo reúne números da Copa do Mundo.

URL: http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140612_2.html [Stand: 20.06.2014]

Titel: Das Tourismusministerium fasst die Zahlen der Fußball-Weltmeisterschaft zusammen.

„Die Ankünfte ausländischer Touristen nach Brasilien können sich [...] zwischen fünf und zehn Prozent nach der Weltmeisterschaft erhöhen.“

Movimento Passe Livre: Apresentação.

URL: <http://saopaulo.mpl.org.br/apresentacao/> [Stand: 12.06.2014]

Titel: Vorstellung.

„Die Bewegung Movimento Passe Livre (MPL) ist eine autonome, parteilose, horizontale und unabhängige soziale Bewegung, die für ein wahres öffentliches Verkehrssystem kämpft, welches kostenlos ist für die Gesamtheit der brasilianischen Bevölkerung und frei von privatwirtschaftlichem Engagement.“

Nascimento, Luciano (02.09.2013): Manifestação contra chegada de médicos cubanos teve caráter racista, diz ministra.

URL: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2013-09-02/manifestacao-contra-chegada-de-medicos-cubanos-teve-carater-racista-diz-ministra> [Stand: 16.06.2014]

Titel: Demonstration gegen die Ankunft kubanischer Ärzte hatte laut Ministerin rassistischen Charakter.

„Die Ministerin [...] Luiza Bairros bekräftigte heute (02.09.), dass die Reaktion gegen die kubanischen Ärzte, welche letzte Woche im Rahmen des Programms Mehr Ärzte nach Brasilien gekommen waren, als Beleg dafür gesehen werden könne, dass Rassismus noch immer existiere und die gesellschaftliche Stellung der Schwarzen noch immer hinterfragt werde.“

Nery, Natuza/Coutinho, Filipe (09.02.2014): Protestos fizeram governo mudar discurso sobre Copa.

URL: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/02/1409525-protestos-fizeram-governo-mudar-discurso-sobre-copa.shtml> [Stand: 25.06.2014]

Titel: Proteste führten zu einem Wandel, wie die Regierung über die WM spricht.

„Die Bundesregierung änderte die Art und Weise, wie sie öffentlich über die Fußball-Weltmeisterschaft spricht, nachdem interne Studien im letzten Jahr ergeben hatten, dass die Bevölkerung das „Erbe“ der Veranstaltung mit Skepsis betrachte und die Infrastrukturprojekte als Make-Up dafür sehen würde, den Erfolg der WM zu gewährleisten. Eine umfassende Erhebung, die sich von Juni bis August 2013 erstreckte und die konkreten Auswirkungen der Straßenproteste untersuchen sollte, führte dazu, dass Präsidentin Dilma Rousseff den Ton ihrer öffentlichen Ansprachen veränderte. [...] So entstand das Motto „Weltmeisterschaft der Weltmeisterschaften“ [...]. „Es gab große Erwartungen auf konkrete und dauerhafte positive Effekte für das Sozialwesen und die Infrastruktur. Im Laufe der Zeit jedoch hat sich dieses Gefühl da-

hingehend verändert, dass alles nur Make-Up und nach dem Ende der WM wieder so wie vorher sei“, so der Bericht [...]. Die Umfragen ergaben eine gemischte Wahrnehmung der Fußball-Weltmeisterschaft. Auf der einen Seite ständen Stolz, Einheit und Nationalität, auf der anderen negative Aspekte wie die Furcht vor unzureichender öffentlicher Sicherheit und nicht rechtzeitig fertig werdenden Bauwerken.“

Ouchana, Giselle/Lo-Bianco, Alessandro (25.04.2014): Caso Santiago Andrade: juiz nega revogação de prisão dos dois réus.

URL: <http://oglobo.globo.com/rio/caso-santiago-andrade-juiz-nega-revogacao-de-prisao-dos-dois-reus-12292043> [Stand: 17.06.2014]

Titel: Der Fall Santiago Andrade: Richter lehnt Aufhebung der Inhaftierung der zwei Angeklagten ab.

„Diesen Freitag begannen [...] die Anhörungen der ersten Zeugen im Fall Santiago Andrade, dem Kameramann des Fernsehsenders Bandeirantes, welcher am 6. Februar während eines Protests gegen die Fahrpreiserhöhungen [...] getötet wurde. Caio Silva de Souza und Fábio Raposo sind angeklagt, den Feuerwerkskörper, welcher in der Nähe des Kopfes des Kameramanns explodiert war, angezündet und abgefeuert zu haben.“

Portal Brasil (2014): Turismo. Infraestrutura atrai turistas e movimenta economia.

URL: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/02/infraestrutura-atrai-turistas-e-movimenta-a-economia> [Stand: 01.06.2014]

Titel: Tourismus. Infrastruktur zieht Touristen an und liefert Impulse für die Wirtschaft.

„In den letzten zehn Jahren wurden mehr als [...] acht Milliarden Brasilianische Reais investiert, um die touristische Infrastruktur in allen Bundesländern und städtischen Gemeinden des Landes zu verbessern. [...] Bereits 2013 wurde der Tourismus in das Programm zur Wachstumsbeschleunigung (PAC) aufgenommen, wodurch 680 Millionen Brasilianische Reais für Infrastrukturprojekte zur Verfügung gestellt wurden. [...] „Unsere Ziele sind ehrgeizig, aber mit viel Arbeit und Anstrengungen werden wir unsere Vorhaben realisieren. Unter anderem werden wir Brasilien bis 2022 zur drittgrößten Tourismuswirtschaft der Welt machen“, betonte Tourismusminister, Gastão Vieira.“

Portal da Copa: Galeria de imagens.

URL: <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/galeria/turismoriodejaneiro> [Stand: 03.07.2014]

Titel: Bildergalerie

Prates, Marco (07.05.2014): Aproveitem a Copa e não reclamem, dizem 31% dos brasileiros.

URL: <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/aproveitem-a-copa-e-nao-reclamem-dizem-31-dos-brasileiros> [Stand: 17.06.2014]

Titel: Genießt die WM und beschwert euch nicht, sagen 31 Prozent der Brasilianer.

„In den letzten Monaten zeigten unzählige Befragungen den Pessimismus der Brasilianer hinsichtlich der Fußball-Weltmeisterschaft. Eine neue Erhebung [...] dagegen zeigt, dass mittlerweile eine Gruppe von Personen in die gegengesetzte Richtung argumentiert und sich dafür ausspricht, den Monat der Spiele zu genießen. Von den Befragten stimmen 31 Prozent der

Aussage zu, „die Brasilianer sollten aufhören, sich über die WM zu beschweren und die Veranstaltung genießen, welche trotz all ihrer Probleme ein großes Fest werden wird“.

Prefeitura de Rio de Janeiro/Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (RIOTUR) (2013): Verão 2014 atrairá milhares de Turistas para o Rio.

URL: <http://www.rio.rj.gov.br/web/riotur/exibeconteudo?id=4473555> [Stand: 01.06.2014]

Titel: Der Sommer 2014 wird tausende Touristen nach Rio locken.

„Für den kommenden Sommer, der von Dezember 2013 bis März 2014 geht, erwartet das Tourismusamt der Stadt Rio de Janeiro etwa 3,256 Milliarden Touristen in der Cidade Maravilhosa, welche Erträge von um die 2,605 Milliarden US Dollar erwirtschaften werden. In der Vorsaison lagen die Zahlen bei 3,192 Milliarden Besuchern und 2,363 Milliarden US Dollar an Einnahmen.“

Prodetur Nacional-RJ (2012): Manual de Operações do Programa-MOP.

URL: <http://www.prodetur.rj.gov.br/arquivos/MOP.pdf> [Stand: 01.06.2014]

Titel: Maßnahmenhandbuch des Programms MOP.

S. 5: „Die Stadt Rio [...] ist eine gefestigte touristische Destination, die über ein Hotelnetzwerk internationalen Standards, ein die wichtigsten Herkunftsländer der Nachfrage umfassendes Distributionsnetz und zusätzlich über Vertreter der größten Fluggesellschaften der Welt verfügt, die Rio als wichtiges Ziel in ihren Flugnetzen eingebunden haben. [...] Im Jahr 2007 betrug der Anteil Rios an den am meisten von Ausländern besuchten Destinationen Brasiliens 30,2 Prozent. So kamen von den insgesamt 5,026 Milliarden ausländischen Touristen 1,558 Milliarden nach Rio, wie man unten in Grafik I erkennen kann.“

Ramalho, Renan (24.06.2013): Dilma recebe MPL, governadores e prefeitos de capitais nesta segunda.

URL: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2013/06/dilma-recebe-mpl-governadores-e-prefeitos-de-capitais-nesta-segunda.html> [Stand: 16.06.2014]

Titel: Dilma empfängt diesen Montag MPL, Gouverneure und Bürgermeister der Hauptstädte.

„Das erste Treffen, vorgesehen für 14:00 Uhr, soll mit Mitgliedern der MPL stattfinden [...]. Danach wird sie die Gouverneure und die Bürgermeister der Hauptstädte empfangen, um über einen „Pakt“ zur Verbesserung der öffentlichen Dienstleistungen zu diskutieren, eine der Kernforderungen, die durch die Protestwelle zu Trage geführt wurden.“

Rio Guia Oficial (d): Praias. Zona Oeste.

URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/praias/zona-oeste> [Stand: 29.05.2014]

Titel: Strände. Östliche Zone.

Rio Guia Oficial (c): Praias. Zona Sul.

URL: <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-de-janeiro/praias/zona-sul> [Stand: 29.05.2014]

Titel: Strände. Südliche Zone.

Rosati, César (12.06.2013): Dez são presos sem direito a fiança após protestos em SP.

URL: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1293709-dez-pessoas-sao-presas-sem-direito-a-fianca-apos-protestos-em-sp.shtml> [Stand: 15.06.2014]

Titel: Zehn Festnahmen ohne Recht auf Kaution nach Protesten in São Paulo.

„Der neueste Protest gegen die Fahrpreiserhöhungen bei Bus, Bahn und Metro vom Dienstag (11.06.) endete mit 16 Festnahmen in São Paulo. [...] Die etwa 5.000 Demonstranten begannen ihren Umzug um ca. 17:00 Uhr auf dem Platz Praça do Ciclista an der Avenida Paulista und setzten diesen im Anschluss durch das Zentrum [...] fort.“

Segatto, Cristiane (21.05.2014): O lado oculto das contas de hospital. Aktualisiert am 28.05.2014

URL: <http://epoca.globo.com/ideias/noticia/2014/05/o-lado-oculto-das-bcontas-de-hospitalb.html> [Stand: 14.06.2014]

Titel: Die dunkle Seite der Krankenhauskonten.

„Das Krankenhaus hat keine Möglichkeiten, die Entscheidungen des Arztes oder die von ihm verwendeten Operationsmaterialien zu kontrollieren. Die Lieferanten haben keine Preistabellen. Von jedem Krankenhaus verlangen sie einen unterschiedlichen Wert. Dieses System ist ein Nährboden für Betrug und eine Einladung zur Verschwendung. [...] Es gibt keine Partnerschaft zwischen den Krankenhäusern und den Versicherungen. Stattdessen kommt es zu Wettkämpfen, Streit und Verschwendung von Energien und Ressourcen. Nach den aktuellen Regeln dieses erkrankten Systems bedeuten Gewinne der Krankenhäuser Verluste der Versicherungen – und umgekehrt. [...] Brasilien hat sich nicht ausreichend darauf vorbereitet, um es mit dem immer näher rückenden demographischen Wandel aufnehmen zu können. [...] Ein weiterer Kritikpunkt ist der Mangel an Standards. Wenn ein Krankenhaus 50 Ärzte hat, dann macht jeder, was er will. Aber so darf es nicht sein. Ein Krankenhaus benötigt Verhaltensregeln, medizinische Richtlinien und ein gut funktionierendes System zur Kostenkontrolle [...]“

Spadoni, Isadora (08.06.2013): Grupo promete novo protesto contra aumento de passagens em SP.

URL: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1292012-grupo-promete-novo-protesto-contr-aumento-de-passagens-em-sp.shtml> [Stand: 15.06.2014]

Titel: Gruppe verspricht neuen Protest gegen die Fahrpreiserhöhungen in São Paulo.

„In der gestrigen Nacht (07.06.) startete die Gruppe, welche 4.000 Personen umfasste, ihren Marsch am Largo da Batata und zog dann über die Straßen Brigadeiro Faria Lima, Eusébio Matoso, Marginal Pinheiros und Avenida Paulistata weiter. [...] Auch die Gruppen Anonymous und Movimento Mudança Já, Organisatoren des Events, sprachen sich in den sozialen Netzwerken für eine Boykottaktion aus, die darin bestehe, die Tickets für Bus, Zug oder Metro mit 20- oder 50-Reais-Scheinen zu bezahlen. Damit verbunden ist das Ziel, dafür zu sorgen, dass kein Wechselgeld mehr in der Kasse sei, um so eine „Mitfahrt umsonst“ zu erreichen.“

Veja (01.06.2014): Black blocs prometem caos na Copa com ajuda do PCC.

URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/black-blocs-prometem-caos-na-copa-com-ajuda-do-pcc> [Stand: 17.06.2014]

Titel: Anhänger des Black Blocs versprechen Chaos während der WM mit Hilfe des PCC.

„Die Mitglieder des Black Blocs, Urheber der Protestaktionen, die im letzten Jahr einen großen medialen Widerhall verursacht hatten, bewegen sich weiterhin außerhalb des Radars der Polizei und versprechen, die Weltmeisterschaft „in ein Chaos“ zu stürzen. Dafür hoffen einige von ihnen auf Hilfe des Ersten Kommandos der Hauptstadt (PCC), die Organisation, welche die Gefängnisse São Paulos kontrolliert und Anweisungen an Verbrecher auf freiem Fuß weitergibt. Dabei handle es sich nicht um eine Partnerschaft, sondern um ein Zusammenführen der Kräfte [...].“

Veja (24.05.2014): Blatter diz que Brasil queria sediar Copa em 17 estádios.

URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/blatter-diz-que-brasil-queria-sediar-copa-em-17-estadios> [Stand: 14.06.2014]

Titel: Blatter sagt, Brasilien habe die WM in 17 Stadien ausrichten wollen.

„Der Präsident der FIFA, Joseph Blatter, verriet, dass Brasilien ursprünglich den Bau von 17 Stadien für die Ausrichtung der Weltmeisterschaft 2014 vorgeschlagen habe, zweimal so viele wie vom Weltverband gefordert.“

Wainer, João (25.05.2014): Relembre em 7 atos os protestos que pararam SP em junho de 2013.

URL: <http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2014/05/1458969-relembre-em-7-atos-os-protestos-que-pararam-sp-em-junho-de-2013.shtml> [Stand: 15.06.2014]

Titel: Erinnern Sie sich an die sieben Protestaktionen, die São Paulo im Juni 2013 zum Stillstand brachten.

„Mit Ausnahme derer, die [...] im Verkehr stecken blieben, nahm fast niemand die Verbindung wahr zwischen dem, was sich gerade in São Paulo zu entwickeln begann, und dem, was bereits zuvor in Florianópolis und Salvador geschehen war. In beiden Städten erwirkte die Bewegung MPL [...] eine Abkehr von den Fahrpreiserhöhungen im Busverkehr durch tausende Personen auf der Straße. In São Paulo war eine Welle von Vandalismus notwendig [...], um die Regierung, die Presse und die Bevölkerung auf die Demonstranten aufmerksam zu machen. Dies geschah während der dritten Protestaktion am 11. Juni.“

Zanchetta, Diego/do Valle, Caio (24.04.2014): Haddad quer feriado nos seis dias de jogos em SP.

URL: <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/haddad-quer-feriado-nos-seis-dias-de-jogos-em-sp> [Stand: 18.06.2014]

Titel: Haddad möchte Feiertage an den sechs Spieltagen in São Paulo.

„Der Bürgermeister São Paulos, Fernando Haddad (PT), startete diesen Donnerstag (24.04.) [...] eine Gesetzesinitiative, die Feiertage [...] für die sechs Tage vorsieht, an denen in São Paulo Spiele der Fußball-Weltmeisterschaft ausgetragen werden. [...] Haddad argumentiert, dass die Feiertage notwendig seien, um Verkehrsstaus und überfüllte öffentliche Verkehrsmittel zu vermeiden.“

Zylberkan, Mariana/Oliveira, Pâmela/Haidar, Daniel (01.06.2014): O país da Copa está em greve.

URL: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/o-pais-da-copa-esta-em-greve> [Stand: 17.06.2014]

Titel: Das Land der WM ist im Streik.

„Ein Jahr nach Ausbruch der Proteste in Brasilien, haben die großen Massendemonstrationen an Kraft eingebüßt. Die Stimmung auf der Straße dagegen bleibt auch weiterhin angespannt, angetrieben von Arbeitervereinigungen oder Gewerkschaften, welche mit Streiks drohen. Brasilien geht in die Fußball-Weltmeisterschaft mit mindestens 40 Streikbewegungen, die sich hauptsächlich auf öffentliche Dienstleistungen und essentielle Bereiche wie Transportwesen oder Bildung konzentrieren. Eine Veja-Erhebung zählt dabei 14 Gruppen in 23 Städten.“

Spanisch

Consejo Ciudadano para la Seguridad Pública y Justicia Penal A.C. (11.01.2012): San Pedro Sula, la ciudad más violenta del mundo; Juárez, la segunda.

URL: <http://www.seguridadjusticiapaz.org.mx/sala-de-prensa/541-san-pedro-sula-la-ciudad-mas-violenta-del-mundo-juarez-la-segunda> [Stand: 22.06.2014]

Titel: San Pedro Sula, die gewalttätigste Stadt der Welt; Juárez auf Platz zwei.

„Rangliste der 50 gewalttätigsten Städte der Welt des Jahres 2011. Position. Stadt. Land. Morde. Einwohner. Quote.“

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Johannes Asanger